المركز الديمقراطي العربي
للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية
Democratic Arabic Center
for Strategic, Political & Economic Studies

مجلة الدراسات الإعلامية

دورية دولية محكمة



العدد الرابع عشر فبراير/ شباط 2021م

ISSN (Online) 2512-3203

رقم التسجيل: VR.3373.6311.B

المركز الديمقراطي العربي

Journal of Media Studies

International scientific periodical journal

المركز الديمقراطي العربي
للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية
Democratic Arabic Center
for Strategic, Political & Economic Studies

مجلة الدراسات الإعلامية

مجلة علمية دورية دولية محكمة. تصدر من ألمانيا-برلين عن "المركز الديمقراطي العربي" تعنى بنشر
الدراسات والبحوث في ميدان علوم الإعلام والاتصال والصحافة بعدة لغات
ISSN (online) 2512- 3203
Journal of Media Studies

Is an international scientific periodical journal issued by the democratic
Arabic center –Germany- Berlin
The journal is concerned with research studies and research papers in the fields of Media Sciences
Registration number : VR.3373.6326.B
Nationales ISSN-Zentrum für Deutschland
ISSN (Online) 2512-3203

الناشر:
المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية
برلين- ألمانيا

Germany:
Berlin 10315 Gensinger- Str: 112 Tel: 0049-Code Germany
030- 54884375
030- 91499898
030- 86450098
mobiltelefon : 00491742783717
E-mail : media@democraticac.de

اللجنة العلمية للتحكيم

- د. رقاد حنان: أستاذ محاضر بقسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة المسيلة، جمهورية الجزائر.
- د. فتحي زرنيز: استاذ محاضر ب، علوم الاعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة، جمهورية الجزائر
- أ. د. طارق اسماعيل محمد: استاذ تصميم المنتجات والاتصال البصري كلية الإعلام – جامعة عجمان، دولة الإمارات العربية المتحدة
- د. سهام بدبودي: دكتورة علوم الاعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، جمهورية الجزائر.
- د. شهيرة بن عبد الله: مساعدة للتعليم العالي بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار بمنّوبة. جمهورية تونس
- د. هشام كزوط: أستاذ بالسلك الثانوي الفلسفة والفكر الإسلامي، استاذ زائر في عدة جامعات مغربية، المدير التربوي للمعهد الدولي للإعلام والصحافة اوبرا وينفري بمدينة وجدة، نائب مدير مركز تقارب للدراسات والأبحاث في العلوم الانسانية والاجتماعية بمدينة وجدة، المملكة المغربية.
- د. على مولود فاضل: دكتور في علوم الاعلام والاتصال، استاد قسم الاعلام جامعة الاسراء، جمهورية العراق.
- د. ريم الشريف: دكتورة في علوم وتقنيات الفنون واستاذة تعليم عالي بكلية الآداب والعلوم الانسانية بالقيروان ومتخصصة في علوم وتقنيات الفنون، جمهورية تونس
- د. عبد الله محمد عبد الله إطبيقة: استاذ محاضر، وعضو هيئة تدريس بقسم الاعلام بكلية الآداب بجامعة سرت بليبيا، معاون عميد كلية الاعلام بأكاديمية البورك بالدنمارك.

شروط وضوابط النشر على مجلة الدراسات الإعلامية الدولية المحكمة الصادرة عن المركز الديمقراطي العربي ألمانيا_ برلين

تعتمد مجلة الدراسات الإعلامية في انتقاء محتويات أعدادها المواصفات الشكلية والموضوعية للمجلات الدولية المحكّمة علميا، وفقًا لما يأتي:

أولا :إجراءات تقديم البحث ومواصفاته

- أن يكون البحث أصيلًا معدّا خصيصًا للمجلة، وألّا يكون قد نشر جزئيًا أو كليًّا أو نُشر ما يشبهه في أيّ وسيلة نشر إلكترونية أو ورقية.
- أن يرفق البحث بالسيرة العلمية للباحث باللغتين العربية والإنكليزية.
- يقوم الباحث بإرسال البحث المنسق على شكل ملف مايكروسوفت وورد، إلى البريد الالكتروني : media@democraticac.de
- يجب أن يكون البحث مكتوباً بلغة سليمة، مع العناية بما يلحق به من خصوصيات الضبط والرسم والأشكال
- يتمّ تقويم البحث من ثلاثة محكّمين.
- يتم إبلاغ الباحث بالقبول المبدئي للبحث أو الرفض
- يتم إرسال ملاحظات التحكيم الى الباحث
- يقوم الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة وإرسال البحث المعدل الى البريد الالكتروني المذكور أعلاه نفسه

ثانيا : كيفية إعداد البحث للنشر:

- أن تكون المادة المرسلة للنشر أصيلة ولم ترسل للنشر في أي جهة أخرى ويقدم الباحث إقرارا بذلك
- أن يكون المقال في حدود 20 صفحة بما في ذلك قائمة المراجع والجداول والأشكال والصور
- أن يتبع المؤلف الأصول العلمية المتعارف عليها في إعداد وكتابة البحوث وخاصة المقدمة وعناصرها، والخاتمة، وبإثبات مصادر المعلومات وتوثيق الاقتباس واحترام الأمانة العلمية في الإحالات والمراجع والمصادر (وجوبا)
- تتضمن الورقة الأولى العنوان الكامل للمقال باللغة العربية وترجمة لعنوان المقال باللغة الإنجليزية، كما تتضمن اسم الباحث ورتبته العلمية، والمؤسسة التابع لها، الهاتف، والفاكس والبريد الالكتروني وملخصين، في حدود مائتي كلمة للملخصين مجتمعين، (حيث لا يزيد عدد أسطر الملخص الواحد عن 10 أسطر بخط 12 Simplified Arabic للملخص العربي و 12 Times New Roman للملخص باللغة الانجليزية)، أحدهما بلغة المقال والثاني باللغة الانجليزية على أن يكون أحد الملخصين باللغة العربية. (وجوبا)
- تكتب المادة العلمية العربية بخط نوع Simplified Arabic مقاسه 14 بمسافة 1.00 بين الأسطر، بالنسبة للعناوين تكون Gras ، أما عنوان المقال يكون مقاسه 16
- هوامش (LES MARGES) الصفحة أعلى 2.5 وأسفل 2.5 وأيمن 3 وأيسر 3 ، رأس الورقة 2، أسفل الورقة 2 حجم الورقة عادي(A4) (وجوبا)
- يجب أن يكون المقال خاليا من الأخطاء الإملائية والنحوية واللغوية والمطبعية (وجوبا)

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

- بالنسبة للدراسات الميدانية ينبغي احترام المنهجية المعروفة كاستعراض المشكلة، والإجراءات المنهجية للدراسة، وما يتعلق بالمنهج والعينة وأدوات الدراسة والأساليب الإحصائية وعرض النتائج ومناقشتها
- ترقم الإحالات بطريقة أكاديمية في آخر كل صفحة من المقال وجوبا وليس ضمن الفقرات أو في آخر المقال، بالترتيب التالي: المؤلف: عنوان الكتاب أو المقال، عنوان المجلة أو الملتقى، الناشر، البلد، السنة، الطبعة والصفحة.
- الإحالات تكون بحجم خط 9 نوع الخط ARIAL للخط العربي و للخط الأجنبي، (وجوبا)
- ترقم الصفحات بشكل متتابع (وجوبا)
- ذكر قائمة المراجع في نهاية البحث وترتيبها هجائيا، ومثال ذلك:
  - الكتاب: الاسم الكامل للمؤلف(السنة)، عنوان الكتاب، ط(الطبعة إن وجدت)، دار النشر، مكان النشر، البلد.
  - المقال: الاسم الكامل للمؤلف(السنة)، عنوان المقال، المجلة، م(المجلد)، ع(العدد)، مصدر المجلة (الجامعة أو المخبر مثلا)، مكان النشر، البلد.
  - الرسائل والأطروحات: الاسم الكامل لصاحب الرسالة(السنة)، عنوان الرسالة، نوع الرسالة وتخصصها، القسم، الكلية، الجامعة.
  - المؤتمرات والملتقيات: الاسم الكامل لصاحب الورقة العلمية(السنة)، عنوان الورقة، عنوان المؤتمر، منظم المؤتمر، البلد.
- إرفاق أدوات الدراسة في حالة الدراسات الميدانية
- المقالات المرسلة لا تعاد إلى أصحابها سواء نشرت أو لم تنشر
- المقالات المنشورة في المجلة لا تعبر إلا على رأي أصحابها
- كل مقال لا تتوفر فيه الشروط لا يؤخذ بعين الاعتبار ولا ينشر مهما كانت قيمته العلمية.
- يحق لهيئة التحرير إجراء بعض التعديلات الشكلية على المادة المقدمة متى لزم الأمر دون المساس بالموضوع.
- يضع الباحث مقاله ضمن قالب المجلة قبل إرساله
- يقوم الباحث بإرسال البحث المنسق على شكل ملف مايكروسوفت وورد، إلى البريد الإلكتروني **media@democraticac.de**

تعريف بالمجلة

مجلة الدراسات الاعلامية، مجلة دولية محكّمة، تصدر بشكل دوري، ولها هيئة علمية دولية فاعلة، تشمل مجموعة كبيرة لأفضل الأكاديميين من عدة دول، حيث تشرف على تحكيم الأبحاث الواردة إلى المجلة وتنقيحها وتقويمها. وتهتم المجلة بنشر البحوث العلمية في ميدان علوم الاعلام والاتصال، وقوانين الاعلام والاتصال والصحافة والنشر سواء الرقمي أو الورقي، إضافة إلى الإعلام الإلكتروني..

وتستند المجلة إلى ميثاق أخلاقي لقواعد النشر فيها، وإلى لائحة داخلية تنظّم عمل التحكيم، كما تعتمد "مجلة الدراسات الاعلامية " في انتقاء محتويات أعدادها المواصفات الشكلية والموضوعية للمجلات الدولية المحكّمة.

وتصدر المجلة عن "المركز الديمقراطي العربي للدارسات السياسية والاقتصادية مقره برلين–ألمانيا، تحت رقم معياري: **ISSN (Online) 2512-3203**

ويعتبر المركز الديمقراطي العربي مؤسسة مستقلة تعمل في إطار البحث العلمي الأكاديمي والتحليلات السياسية والقانونية والإعلامية والاقتصادية حول الشؤون الدولية والإقليمية ذات الصلة بالواقع العربي بصفة خاصة والدولي بصفة عامة.

وتضع المجلة في قائمة أولوياتها العمل على تمكين الباحثين والإعلاميين والأقلام الحرة من طرح أراءهم بموضوعية ودون قيود، تحت شعار حرية التعبير والرأي ونشر المعلومات بمهنية علمية واحترافية، وبهدف تكريس مفهوم الديمقراطية التشاركية والشمولية.

محتويـــــــــــات العدد

فهرس العدد الرابع عشر

افتتاحية العدد لرئيسة التحرير

بحوث العدد

الكلمة الافتتاحية للعدد

التضليل الاعلامي: الوجه الجديد للإعلام العربي الحديث

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه أجمعين

"معرض الحمير"هي أشهر كذبة في أوروبا أطلقتها جريدة ايفند ستار الإنجليزية عام 1746 عندما أعلنت أنه في الأول من أبريل سيقام معرض للحمير في غرفة الزراعة لمدينة اسلنجتون، فهرع الناس لمشاهدة تلك الحيوانات واحتشدوا احتشادا عظيما وظلوا ينتظرون العرض، فلما أعياهم الإنتظار سألوا عن وقت عرض الحمير فلم يجدوا أي عرض ولا أي حمير، فعلموا أنهم خدعوا، إنما جاءوا يستعرضون أنفسهم فكأنهم هم الحمير! هذا هو الإعلام.

قد يجد البعض أن هذا المثال قاس ولا يناسب أن يعمم على كافة وسائل الإعلام، غير أن هذه هي الحقيقة، والغافل هو من يتمنى أن يكون العكس.

رغم الانجازات التي تحسب لوسائل الإعلام من فضحها للأكاذيب الحكومية، وتقديمها للأدلة على مجرمي الحروب، ودورها في التثقيف والتربية والترفيه والإبداع والسلام، إلا أنها تظل مجرد أداة تسويق موجهة ومسيرة وليست حرة ومخيرة.

لن ترقى المنظومة الإعلامية إلى الاستقلالية التامة في تقديم الخبر ومناقشة الرأي والرأي الاخر ما دامت خاضعة ماديا لمؤسسات إقتصادية وسياسية لها توجهات أيديولوجية تحاول تحقيقها. ولن يكون هناك حياد إعلامي ما دام من يقدم الأخبار ويعد التقارير هو إنسان. فمن الطبيعة البشرية أن لا تكون مجمعة على رأي بعينه، فالإنسان بطبعه متشكك ومختلف لذلك كيف بإمكاننا أن نطالب وسائل إعلام بشرية أن تكون محايدة ولا تظهر ميولاتها علنا! فالسمو الفكري والأخلاقي أمر يندرج في بوتقة المثالية الأفلاطونية ونحن لا نعيش في عالم المثل بل في العالم الواقعي، والواقع يصور لنا وسائل الإعلام على أنها كيان مؤسساتي/ تقني/ فكري/ إنساني/ محايد/ متعصب... هي صورة الواقع الذي نعيشه بإختصار هي صورة عن الانسان وحسب، الانسان الذي خلق مركبا من العديد من المتناقضات كل تتجاذبه والغلبة لما تضعف ارادته نحوه قد يكون: الضمير أو القيم أو العاطفة أو الأسوء الماديات، وحاليا الغلبة للاخيرة.

رئيسة التحرير واللجنة العلمية

د. شيماء الهواري

دكتورة في القانون العام والسياسات العمومية، متخصصة في الإعلام السياسي الدولي

جامعة الحسن الثاني للعلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية الدار البيضاء.المملكة المغربية

الاقتصاد السياسيّ للصحافة السودانيّة 1989-2019: الأنماط والتغيّرات

The Political Economy of Sudanese Journalism 1989-2019: Patterns and Changes

أ. حسام الدين عبد القادر صالح محمد
Mr. Hussameldin Abdelgadir Salih Mohamed
باحث دكتوراه, قسم الصحافة, معهد العلوم الاجتماعية, جامعة الأناضول, تركيا
Al-Esraa Department of Journalism، Institute of Social Sciences/Anadolu University، Turkey

ملخص

تتساءل الدراسة عن الاتجاهات والتغيرات التي طالت الاقتصاد السياسي للصحافة السودانية خلال الفترة من 1989 إلى 2019م وتهدف إلى الكشف عن الحوافز والقيود التي تتحكم في علاقات ونشاطات الصحافة السودانية، فتركز على تغيرات نمط الملكية والإعلان والرقابة مع تغير الرغبة السياسية في التحكم في المجال العام. تكشف الدراسة عن أدوات وآثار الصراع على المجال الصحفي، وتلقي الضوء على أبرز الظواهر التي تؤثر في تطور الصحافة السودانية كالضعف الاقتصادي والمؤسسي، وعنف السلطة السياسية. تؤكد الدراسة في نتائجها أن نمط الاقتصاد السياسي للصحافة السودانية في تلك الفترة أفرز ارتباطا سلبيا بالسلطة الحاكمة أدى إلى تدني جودة محتواها وتعطيل صوتها النقدي وتطورها المستقل.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد السياسي، الصحافة، السودان، 1989م-2019م

Abstract

The study questions the trends and changes that affected the political economy of the Sudanese Journalism during the period from 1989 to 2019 and aims to uncover the incentives and restrictions that control the relations and activities of the Sudanese press. It focuses on the changes in the pattern of ownership, advertising and censorship with the change of the political desire to control the public sphere. The study reveals the tools and effects of conflict on the journalistic field, and sheds light on the most prominent phenomena that affect the development of the Sudanese Journalism, such as economic and institutional weakness, and violence of political power. The study confirms in its findings that the pattern of the political economy of the Sudanese Journalism during that period resulted in a negative association with the ruling authority, which led to the low quality of its content and disrupted its critical voice and its free development.

Keywords: Political Economy, Journalism, Sudan, 1989-2019

المقدمة

مرّت الصحافة السودانية بالكثير من التطوّرات تبعاً للتغيرات التي كان يشهدها النظام السياسيّ للبلاد؛ وقد انعكس عدم الاستقرار السياسيّ في السودان على جميع مناحي الحياة ونظام الدولة؛ وللارتباط الوثيق بين النظام السياسي والنظام الاتصاليّ فقد شهد السودان عدم استقرار واضح في سياسات الاتصال نتيجة لهذه التقلبات في إدارة البلاد[1]، فقد تعرض الإعلام في أوائل السبعينيات من القرن الماضي إلى التأميم من جانب الدولة، ثم مع موجة السياسات النيوليبرالية في أوائل التسعينيات اتجه نحو خصخصة محدودة ومقيَّدة، لذلك عانى الإعلام في كل فترات الحكم الوطنيّ من تقييد وسيطرة الدولة، بدون فرق بين الحكومات العسكرية والحكومات الديمقراطية التي حكمت السودان. تتحكّم الدولة في وسائل الإعلام في السودان عن طريق القوانين والملكية والإعلان والرقابة المباشرة وغير المباشرة. ومثلما سعى نظام الحكم في الفترة 1989–2019م إلى فرض نظام الحزب الواحد في مجال السياسة، سعى كذلك إلى فرض نظام الصوت الواحد في مجال الإعلام، وانعكس ذلك بشكل واضح في غياب الحريات والمؤسسية والتنافس التجاريّ. تعتبر الصحافة السودانية أكثر وسيلة إعلام جماهيريّ تحظى بالتنوع والكثافة مقارنة بغيرها من وسائل الإعلام، فمنذ نشأة الصحافة السودانية وصل عدد الصحف في السودان إلى المئات، ورغم وقوع الصحافة في سلطة الحكومات السودانية على مر تاريخها، إلا أن الاستثمار الاقتصاديّ الخاص كان موجودا في سوق الصحافة، لكنه وإلى حدٍّ كبير كان محكوما بالسقف السياسيّ الذي كان يضعه النظام الحاكم.

الإطار المنهجي للدراسة:

أولا: إشكالية الدراسة

شهدت الفترة بين 1989–2019 العديد من التطورات والتغييرات على بنية الاقتصاد السياسيّ للصحافة السودانية، الأمر الذي أدى إلى تأثيرات كبيرة، لم تطل فقط مسيرة الصحافة في السودان، بل أفرزت ظواهر أثّرت على المجتمع ككل. ولهذا تركّز الدراسة على التطورات التاريخية للصحافة السودانية في تلك الفترة ودور النظام السياسيّ في هذه التطورات. تتركّز إشكالية الدراسة الأساسية في التساؤل عن الاتجاهات والتغيرات العامة التي طالت الاقتصاد السياسيّ للصحافة السودانية خلال العقود الثلاثة من 1989 إلى 2019م.

ثانيا: أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف على أبرز المؤثرات الاقتصادية والسياسية في بنية الصحافة السودانية للكشف عن طبيعة العلاقة التحكّمية بين السياسة والاقتصاد، كما تهدف إلى الكشف عن الحوافز والقيود التي تتحكّم في علاقات ونشاطات الصحافة السودانية، والآثار التي تفرزها هذه العلاقات على النظام السياسيّ والنظام الصحافيّ على حدٍّ سواء.

---

[1] هاشم الجاز (2000)، الإعلام السوداني، دار جامعة القرآن الكريم للنشر، ص37

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

ثالثا: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في الحاجة المعرفية الملحة لفهم آليات عمل النظام الإعلامي من خلال فهم السياق التاريخي، والاقتصادي والسياسي، لأن الوصول إلى معارف عامة حول هذا الموضوع يمكّن من معرفة واقع الصحافة ومشاكلها ومعرفة طريقة تطويرها في المستقبل. كما تكمن أهمية هذه الدراسة أيضا في ندرة دراسات الاقتصاد السياسي للإعلام في السودان.

رابعا: منهجية الدراسة

تستخدم الدراسة منهجية بحث تمزج بين الوصف التاريخيّ والتحليل النقديّ للاقتصاد السياسي للإعلام ودراسة الحالة. يحاول التحليل النقدي في مقاربات الاقتصاد السياسيّ التعرف على الظروف التي تعمل في ظلها المؤسسات الإعلامية، والتعرف على الحوافز والقيود التي تحكم نشاطاتها[1]. ويلخص **(Janet Wasko، Graham Murdock, and Helena Sousa)** خصائص الاقتصاد السياسي النقدي واتجاهاته في أربعة عناصر: أولاً: الاقتصاد السياسيّ يتميز بنظرة كلية فهو يركز على العلاقات بين الاقتصاد والتنظيم الاجتماعي والسياسي بدلا من التعامل مع الاقتصاد كمجال محدود. ثانياً: يتميز الاقتصاد السياسيّ بأنه تاريخيّ، يهتم بفهم التحولات المعاصرة والتناقضات التاريخية، ولا يركز كثيرا مع الأحداث العاجلة. ثالثًا: يهتم الاقتصاد السياسيّ بالفلسفة الأخلاقية ويهتم بمفاهيم النفع العام والمساواة والعدالة الاجتماعية والممارسة الديمقراطية. رابعا: يهتم الاقتصاد السياسيّ بشكل عمليّ وتطبيقيّ بالتغيير الاجتماعي والمشاركة السياسية[2]. أما بالنسبة للاقتصاد السياسي النقدي فهو انعكاسي بمعنى أنه يركز على التدقيق في التاريخ والماضي لفهم الحاضر والتنبؤ بالمستقبل، وبهذا المعنى يكون جدليًا. ويستخدم كل من الخطاب النقدي والتحليل النقدي[3]. وفقًا لمقاربة الاقتصاد السياسيّ النقديّ، تتحدّد الأنشطة الإعلامية بناءا على هياكل الملكية وأنماط الرقابة في منظمات الاتصالات والإعلام. وتؤكد مقاربة الاقتصاد السياسي النقدي على ضرورة دراسة العلاقة بين الأنشطة التنظيمية للدولة والمؤسسات الإعلامية[4]. ولهذا سيكون من المفيد تسليط الضوء على سياسات الملكية والرقابة وقوانين تنظيم مهنة الصحافة في السودان، بجانب قوى الاقتصاد الأخرى المحركة للنشاط الإعلاميّ كالإعلان وظواهر الاحتكار والتشابه في المحتوى الإخباريّ.

خامسا: حدود الدراسة

---

1 Paul Long and Tim Wall (2017), Media Studies: Texts, Production, Context، Routledge, p.38

2 Janet Wasko; Graham Murdock; Helena Sousa (2011), The Handbook of Political Economy of Communications, Blackwell Puplishing, p.2

3 Zanetta Jansen (2013), International Media and Cultural Flows: A Critical Political Economy of Media Organisations in the 21st Century, A case of the Reuters News Agency, South African Review of Sociology, 44 (1), p.89

4 Levent Yaylagül (2018), Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar, Dipnot Yayınları, Ankara, p.123

تنحصر فترة الدراسة في مدى زمني يمتد لفترة ثلاثة عقود من 1989 إلى 2019، لدراسة حالة الاقتصاد السياسي للصحافة المنشورة في سياق مكاني محدد بدولة السودان.

سادسا: مفاهيم الدراسة

الاقتصاد السياسي:

المعنى الضيق لمفهوم الاقتصاد السياسي هو دراسة العلاقات الاجتماعية، وخاصة علاقات القوة، التي تعمل بشكل متبادل على إنتاج وتوزيع واستهلاك الموارد، بما في ذلك موارد وسائل الإعلام. أما المفهوم العام والطَّموح للاقتصاد السياسيّ فهو دراسة التحكم والبقاء في الحياة الاجتماعية.[1]

الصحافة السودانية:

هي مجموع الصحف المطبوعة التي تصدر بشكل راتب في السودان منذ العام 1919م من مؤسسات إعلامية لعكس أخبار وقضايا المجتمع في السودان وتفاعله مع الشئون المحلية والخارجية.

سابعا: الدراسات السابقة

قام الباحث **Simeon Djnakov** وزملاؤه بالتعاون مع البنك الدولي بإجراء دراسة في 97 دولة حول العالم وجدوا فيها أن ملكية وسائل الإعلام تتركز بشكل أساسي عند الحكومات أو الأسر الكبيرة. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أيضا هناك علاقة سلبية بين ملكية الحكومة والحرية السياسية والاقتصادية أقوى للصحف منها للتلفزيون. وأن الدول التي تتمتع بملكية أكبر لوسائل الإعلام تتميز بصحافة حرة أقل، حقوق سياسية أقل للمواطنين، حوكمة رديئة، أسواق رأسمالية أقل تطوراً، ونتائج صحية رديئة[2].

تَعتبِر الدراسة الدولة محتكرة لسوق وسائط الإعلام إذا تجاوز نصيب الشركات التي تسيطر عليها الدولة 75 بالمائة. وهذا ينطبق بشكل كبير مع سيطرة الدولة في السودان على أغلب شركات الإعلام. كما تقول الدراسة إن التلفزيون لديه مستويات أعلى بكثير من ملكية الدولة من الصحف[3].

تَعتَبِر دراسة محمود قلندر(2006) احتكار الدولة لوسائل الإعلام الجماهيرية في السودان حقيقة تاريخية، فمنذ أن عرف السودان الإذاعة والتلفزيون لم تخرج عن سيطرة الحكومات سواء كانت عسكرية أو ديمقراطية. اتخذت الأنظمة التعددية المدنية الثلاثة في السودان نظام صحافة حرة وسمحت بالملكية الخاصة للصحافة لكنها تركت الوسائل الإلكترونية (الإذاعة والتلفزيون) تحت سيطرتها[4]. وفي العالم العربي تعمل وسائل الاعلام عموما تحت قيادة صاحب عمل يتمثل إما في الحكومة أو في مالك ثري يرتبط في حالات كثيرة بطريقة أو بأخرى بالنخبة الحاكمة أو الحكومة[5].

---

[1] Vincent Mosco (2009), The Political Economy of Communication, SAGE Publications, p.25

[2] Simeon Djanko; Caralee McLiesh; , Tatiana Nenova; and Andrei Shleifer (2003), "Who Owns the Media?," Journal of Law and Economics: Vol. 46 : No. 2 , Article 2., p.377

[3] ibid., p.357

[4] محمود قلندر (2016)، مهنة في محنة: الصحافة السودانية وعصور من الكَبَد، مركز عبد الكريم ميرغني الثقافي، الخرطوم، ص76

[5] Mohamed Zayani (2005), "Aljazeera and the vicisstudies of the New Arab Mediascape" in Zayani, ed, The Aljazeera phenomenon: critical perspectives on New Arab Media, Pluto, London, p.14

في دراسة أخرى وجدت فيها الباحثة السودانية ندى أمين (2018) أن المؤسسة السياسية في السودان، وليست الملكية المستقلة، هي الجهة الرئيسية التي تمارس السيطرة على السلوك الإعلامي الذي ينتج عنه عادة مضمون صحفي محدد[1]. ورغم ذلك تؤكد دراسة **Anke Fiedler (2012)** أنه من الصعب معرفة عدد الصحف المملوكة أو المتأثرة بالحكومة في السودان[2]. إن ملكية وسائل الاعلام عموما والصحف الورقية خصوصا ليست شفافة كما تؤكد دراسة ندى أمين، وتشير الدراسة إلى أنه على الرغم من وجود صحف تم شراؤها سرا أو علنا بواسطة جهات حكومية أو بواسطة الموالين للحزب الحاكم وانعكس ذلك على توجهاتها التحريرية المؤيدة مطلقا للحزب الحاكم وسياساته، إلا أنه من الصعب تصنيفها في الوقت ذاته على أنها حكومية[3].

من جانب آخر تؤكد دراسة مأمون فندي (2008) أن الدولة هي اللاعب الرئيس في تشكيل الاعلام العربي وليس قوى السوق[4]. وتشير دراسة فندي إلى أن بنية الرقابة الإعلامية في الدول العربية تعتمد على النموذج المصري القائم على الغموض بحيث تكون الحكومة نصف مالك ونصف رقيب في حين يبدو ظاهريا أن الوسيلة الإعلامية خاصة. فالدولة تفرض رقابة صارمة على الإعلام العربي حتى وإن لم تكن الملكية الرسمية لوسائل الاعلام العربية كافة تعود إلى الدولة[5].

في الحالة السودانية تؤكد دراسة شمبال(2017) أن دور الصحافة السودانية في صناعة القرارات الاقتصادية ضعيف ويتمحور في دعم ومساندة القرارات الاقتصادية التي تصدرها الحكومة، ولهذا فإن تأثير الصحافة الاقتصادية على متخذي القرار الاقتصادي محدود وتابع للاتجاهات التي تطلبها الحكومة. فأسلوب عرض القضايا الاقتصادية في الصحافة السودانية يفتقد الخيال والتحليل العميق واتسم بأنه دعائي لسياسات الحكومة. والقضايا الاقتصادية التي تطرحها الصحافة السودانية لا تعبر عن كل قطاعات المجتمع، وتدعم القرارات الاقتصادية التي تخدم فئة قليلة من المجتمع السوداني وتتجاهل قضايا الريف.[6] وتلاحظ الدراسة أيضا أن القضايا الاقتصادية المنشورة في الصحف السودانية تركز على قرارات وأنشطة الحكومة، بينما هناك ضعف في تناولها لأخبار وأنشطة المواطنين[7].

الإطار النظري للدراسة:

أولا: تاريخ الصحافة السودانية وتطوّرها

---

[1] ندى أمين (2018)، ملكية وسائل الإعلام وتأثيرها في استقلالية المحتوى الصحفي: السودان نموذجا، مجلة سياسات عربية، ع 33، ص 94

[2] Anke Fiedler (2012), Political newspapers in Sudan after separation : Fig leaves of government monopoly or real alternatives to the state-run media?, In : The Sudanese press after separation – Contested identities of journalism, Media in Cooperation and Transition (MICT), p.26

[3] ندى أمين، مرجع سابق، ص96

[4] ، مأمون فندي (2008)، حروب كلامية الإعلام والسياسة في العالم العربي، دار الساقي للطباعة والنشر، بيروت، ص11

[5] المرجع السابق، ص22–50

[6] أنور هارون شمبال(2017)، الصحافة السودانية وصناعة القرار الاقتصادي، وزارة الثقافة، الخرطوم، ص167

[7] المرجع السابق، ص167

تُشبه بداية الصحافة في السودان بداية الدولة نفسها، فقد نشأت في البداية كصحافة احتلال خادمة لمصالح المحتل البريطاني، فكانت صحيفة (الغازيتة) السودانية أول صحيفة تصدر بالبلاد في العام 1898. بعدها بأربع سنوات صدرت جريدة (السودان) إلا أن ملكيتها أيضا كانت أجنبية. ولم تصدر صحيفة وطنية إلا في 28 فبراير 1919م وكانت تسمى "حضارة السودان"، ورغم ذلك فقد كانت ولادة الصحافة السودانية تحت ظل الاحتلال البريطاني، وكانت الصحف الأجنبية (صحيفة السودان 1902)، والصحف الوطنية (صحيفة حضارة السودان 1919)، والإذاعة السودانية (راديو أم درمان 1940) كان الهدف منها خدمة الإدارة الاحتلالية البريطانية ولم يكن لتلبية احتياجات المواطنين السودانيين[1].

ورغم أن الباحثين قد أجمعوا على أن صحيفة "حضارة السودان" هي أول صحيفة وطنية سودانية، وأن رئيس تحريرها حسين شريف هو أول صحفي سوداني، إلا أنها بدت صحيفة ذات شكل وطني لكن هدفها ومضمونها خدمة الاحتلال البريطاني ومعاداتها لكل القوى الوطنية الداعلية للاستقلال[2]؛ بل إن ملكية أول صحيفة سودانية وهي صحيفة حضارة السودان لم تكن ملكية سودانية خالصة، فقد كانت الحكومة الاحتلالية تدفع لملاكها الأموال التي يساهمون بها في رأس مال الصحيفة، كما سددت للبنك الأموال التي آلت إليها الملكية رسميا[3]. ويمكن أن نقول إن أول ملكية وطنية في الصحافة السودانية كانت تعود لزعماء الطوائف الدينية، فكان مُلّاك الصحيفة هم زعماء الطوائف الدينية المشهورة في السودان السيد علي الميرغني وعبد الرحمن المهديّ والشريف يوسف الهنديّ[4].

نشأت الصحافة السودانية تحت رعاية الطائفية حتى قبل ظهور الأحزاب السياسية، فأغلب الصحف الوطنية الأولى تمتّع جميعها برعاية أصيلة أو بالوكالة من طائفة من الطوائف. وشهدت تلك الفترة أول صراع سوداني بين السلطة والصحافة، وصل حد العنف والاعتداء على الصحفيين المعارضين للطائفية، فقد مارست القوى الوطنية الوارثة للسلطة من الاحتلال البريطاني القوة الجبرية ضد الصحافة. لطالما كانت الطائفية والصحف المملوكة للأحزاب والصحف التابعة لها هي السمة الرئيسية للصحافة السودانية بتركيزها النخبوي على شؤون الخرطوم العاصمة. و"بسبب الضغوط المالية، عملت معظم الصحف بشكل متزايد كأدوات داخلية للأحزاب في السلطة. لقد أصبحوا مجرد أفواه لنشر وجهات نظر متحيزة أيديولوجياً على أسس حزبية – طائفية في الغالب. بدلاً من التوسط في النزاعات متعددة الأطراف كمراقبين، وكانت وسائل الإعلام الرئيسية تثير التوتر من خلال حملات الدعاية العدوانية"[5].

---

[1] المرجع السابق، ص 32

[2] صلاح عبد اللطيف (1992)، الصحافة السودانية: تأريخ وتوثيق، مطابع شركة الإعلانات الشرقية، القاهرة، ص 32

[3] المرجع السابق، ص 29

[4] محجوب محمد صالح (1971)، الصحافة السودانية في نصف قرن، دار نشر جامعة الخرطوم، ص 45

[5] Roman, Deckert (2012), The current state of the Sudanese press: A diverse range of papers for a narrow spectrum of society, in: The Sudanese press after separation – Contested identities of journalism, Media in Cooperation and Transition (MICT), p.15

ارتبطت الصحافة في السودان منذ ظهورها لأول مرة بالشؤون الاقتصادية واهتمّت بدعم النظام الرأسماليّ الذي أدخله الاحتلال الانجليزي للبلاد. كانت الصحافة في بداياتها تلبّي احتياجات الطبقة السياسية والاقتصادية الحاكمة، فكانت تركّز على أخبار التجارة والأسواق والاقتصاد. ويمكن القول إن نمط الصحافة الاقتصادية في السودان قد سبق بقية الأنواع الصحفية، وليس ذلك حصرا على السودان فحسب[1]، فقد "لوحظ أن للتطور الصحفي إيقاعا محددا عبر التاريخ، فالصحافة تبدأ رسمية تتحدث باسم السلطات الحاكمة، ثم لا تلبث أن تتطور مع ظهور الطبقة البرجوازية لخدمة الأغراض المالية والاقتصادية الرأسمالية مباشرة"[2]

ويتضح الاتجاه الاقتصاديّ للصحافة السودانية المبكّرة في أول صحيفة تُطبع في السودان وهي (الغازيتة السودانية) التي صدرت في السابع من مارس في العام 1899م حيث" كانت الغازيتة – الصادرة بتصريح من حكومة السودان كما كتبت في صدر صفحاتها–مخصصة لنشر قوانين الحكومة وأوامرها وإعلاناتها، وكلنها كانت تنشر بجانب ذلك الإعلانات التجارية لعدم وجود صحف أخرى في البلاد"[3]. وبعد أن صدرت الغازيتة، تبعها صدور صحيفة السودان في العام 1903م، وهي أيضا تعد من الصحف غير الوطنية أسوة بالغازيتة، لكنها كانت أيضا ذات اتجاه اقتصاديّ واضح مرتبط بمصالح التجار آنذاك.

مرّ تطور الصحافة في السودان بمرحلتين: مرحلة صحافة الفترة الاحتلالية ومرحلة صحافة ما بعد الاحتلال. في المرحلة الاولى عرف السودان الصحافة معرفة غير مباشرة في شكلها الرسمي الوافد، وفي المرحلة الثانية كانت تعبر عن هموم وطنية. نلاحظ ثلاثة أطوار للصحافة السودانية خلال مراحل تطورها الأولى: صحافة أجنبية الملكية والتحرير والقراء (كالوقائع المصرية والسودان) وصحافة أجنبية الملكية وسودانية التحرير والقراء كـ(رائد السودان)، ثم صحافة وطنية سودانية الملكية والتحرير والقراء كـ(حضارة السودان)[4]. ويشير تحول الصحافة في السودان من صحافة احتلال إلى صحافة وطنية للتغيير في نمط وهوية الملكية الاقتصادية، فكانت أول ميزة لأول صحيفة سودانية أنها كانت مملوكة لسودانيين، وبلغة سودانية، وتتوجه لخدمة جمهور سوداني.

بعد فشل ثورة اللواء الأبيض ضد الاحتلال الإنجليزي عام 1924م لجأت سلطات الاحتلال للعنف لمنع أيّ ثورات جديدة، فاتجه المثقفون السودانيون والمتخرّجين حديثا من الجامعة الوحيدة في السودان (جامعة غردون–التي أصبحت فيما بعد جامعة الخرطوم) إلى الصحافة الأدبية بديلا عن الصحافة السياسية التي تجعلهم في مواجهة مباشرة مع سلطات الإنجليز. بعد صدور أول قانون للصحافة 1930 بواسطة الاحتلال الإنجليزي صدرت أول صحيفة سودانية يومية هي صحيفة النيل عام 1935 وكان رئيس

---

[1] محجوب محمد صالح، مرجع سابق، ص 69

[2] طلعت همام (1988)، مائة سؤال عن الصحافة، ط2، دار الفرقان، ص15

[3] محجوب محمد صالح، مرجع سابق، ص 18

[4] صلاح الدين الطيب ترفه (1978)، دور الصحافة السودانية في التنمية الاجتماعية، دار الحياة للنشر والتوزيع، ص39

تحريرها الكاتب المصري حسن صبحي، قبل أن يرأس تحريرها الصحفي السوداني أحمد يوسف هاشم. وكانت تعتبر أول صحيفة سياسية وطنية تعبر عن طائفة الأنصار[1]. بعدها صدرت صحف مستقلة كجريدة (السودان الجديد) 1943م و(الرأي العام) عام 1945م ثم توالت بعدها الصحف والمجلات المتنوعة واصبحت الصحافة السودانية، رغم التضييق من سلطات الاحتلال، مهدا للحركة الوطنية ونشر الوعي القومي، وعندما أعلن الاستقلال كانت الصحف الحزبية والمستقلة تملأ الساحة[2]. وانعكس مولد الحركة السياسية الوطنية في الصحف والمجلات التي حفلت بها فترة الاربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي[3].

بعد انتهاء فترة الاحتلال، تميزت صحافة ما بعد الاحتلال بمزيد من الصحف ومزيد من العنف ضد الصحافة أيضا. تعرضت صحافة السودانية بعد الاستقلال لتغييرات عديدة مع تغيير الأنظمة الحاكمة خاصة في ظل الأنظمة العسكرية في الفترات 1958–1964، و1969–1985، و1989–2019.

ظلت الصحافة السودانية بالرغم من كل الضغوط السياسية التي عملت فيها أداة فعالة للاتصال السياسي في البلاد. أدى تذبذب السياسة السودانية بين الحكومات العسكرية والمدنية إلى اختلاف مواقف كل حكومة تجاه الإعلام، فكان للحكومات العسكرية الثلاث التي تولت السلطة في البلاد منذ الاستقلال مواقف مختلفة تجاه الصحافة[4]. كانت الصحافة تزدهر في العصور الديمقراطية وتنكمش بفعل القمع والقهر والقوانين المقيدة للحريات خلال عقود الديكتاتوريات العسكرية[5].

أكد النظام العسكريّ الأول (نظام عبود 1959–1964م) على نظام الصحافة الليبرالي الذي كان قائما أصلا ولكن صدرت الصحف الخاصة تحت قوانين صارمة تضمن التزامهم بالقانون والنظام وعدم انتقاد الحكومة. بالرغم من أن النظام العسكريّ الثاني للفريق نميري 1969–1985م سمح بالصحافة لمدة عام واحد إلا أنه قام بتأميم الصحف ووكالات الأنباء ومؤسسات الإعلام الأخرى في عام 1970م. وبعد انقلاب الرئيس البشير 1989م منعت السلطات الملكية الخاصة للصحافة وسمحت بصحيفتين مملوكتين للحكومة[6].

كانت الصحف السياسية التي تصدر قبل مجيئ انقلاب الرئيس البشير عام 1989م حوالي سبعين صحيفة، توقفت كلها بأمر الحكومة العسكرية الجديدة، واستمرت فقط الصحيفتين الحكوميتين حتى إصدار حكومة البشير قانونا جديدا للصحافة سمحت فيه للصحف المستقلة بالصدور لكن بشروط قاسية. بعدها

---

[1] محجوب عمر باشري (1991)، رواد الفكر السوداني، دار الجيل، بيروت، ص 54

[2] عبد الحكيم خليل (2005)، الصحافة وقضايا التنمية الاجتماعية في الدول النامية، مطابع السودان للعملة المحدودة، الخرطوم، ص35

[3] محجوب محمد صالح، مرجع سابق، ص96

[4] محمود قلندر، مرجع سابق، ص75

[5] فيصل محمد صالح (2005)، الصحافة السودانية وحقوق الانسان، احترام: المجلة السودانية لثقافة حقوق الانسان وقضايا التعدد الثقافي، العدد الأول، الخرطوم، السودان

[6] محمود قلندر، مرجع سابق، ص75

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

تحسن المشهد قليلا ومُنِحَت الصحافة حرية أوسع، فزاد عدد الصحف اليومية المستقلة لكن لم تستطع حكومة البشير الصمود في وجه النقد الذي كانت توجهه الصحافة، فكانت في كل مرة تضع المزيد من الاجراءات والسياسات للسيطرة على اتجاهات الصحافة. وظل الحكم الشمولي هو العقبة الكؤود التي تصطدم بها الصحافة السودانية حيث المصادرة والرقابة المستمرة مما أثر سلبا على مستواها ودفع بالكثير من الصحافيين لمغادرة الوطن والعمل بعيدا في الصحافة العربية شرقا وغربا[1]. وشهدت الفترة بعد انقلاب الرئيس البشير 1989م أكبر موجة نزوح للصحفيين السودانيين إلى دول الخليج وأوربا بعد تعرضهم للملاحقات والمضايقات وانعدام فرص العمل بالداخل. وصدرت في هذه الفترة عدة صحف ومجلات سودانية بالخارج في القاهرة ولندن والولايات المتحدة واليونان لسد الفجوة المطلوبة وإيجاد فرص عمل للصحفيين السودانيين[2].

وفقا لهذا السرد التاريخي، يمكن القول إن تاريخ الإعلام السوداني وخصوصا الصحافة السودانية كان واقعا تحت تأثير ثلاث ظواهر: الاحتلال الانجليزي، القوى الطائفية، عنف السلطة السياسية سواء في فترات الحكم الديمقراطي أو العسكري.

ثانيا: اتجاهات الصحافة السودانية وإقتصادياتها

الصحافة السودانية هي في الغالب صحافة محلية تهتم بالمشاكل السودانية المحلية والقضايا التي تشغل المجتمع السوداني[3]؛ لكن في ذات الوقت تعاني المجتمعات المحلية في الأرياف من غياب الصحافة الولائية، فأغلب الصحف تطبع وتنشر في العاصمة الخرطوم وتهتم أكثر بمشاكل العاصمة. ولهذا فإن نظام الاتصال الذي ساد في السودان كان في معظم الفترات تعبيرا عن الفكر السياسي الحاكم ولم يستطع التعبير عن التنوع الثقافي والعرقي الذي يتميز به السودان[4]. انشغلت الصحافة السودانية كذلك بالأوضاع الاقتصادية وتدهورها، والعلاقة بين الأحزاب السياسية والخلافات التي تنشب بينها بين وقتٍ وآخر. وأصبح الرأي هو اللون السائد على الصحافة السودانية واكتفت الصحف بما تذيعه الحكومة من أخبار فيما يتعلق بالخبر[5]. وسنجد أن هذا النمط في الصحافة السودانية المعاصرة بدأ في التغير قليلا لكن لصالح أخبار أكثر لكنها موجهة، ونمط صحافة رأي أقل لأنها محكومة بقيود الحكومة. تركّزت اهتمامات الصحافة السودانية على الجوانب السياسية والدعائية والترفيهية خاصة في فترات الحكم العسكر، وينظر معظم المسؤولين التنفيذيين للصحافة بأنها موقف سياسي[6].

---

[1] مكي أبوقرجة (2015)، أصوات من الثقافة السودانية، دار صفصافة، القاهرة، ص466

[2] فيصل محمد صالح، مرجع سابق، ص9

[3] صلاح عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 125

[4] هاشم الجاز، مرجع سابق، ص90

[5] صلاح عبد اللطيف، مرجع سابق، ص:187

[6] أنور هارون شمبال، مرجع سابق، ص 31

يضع **Rugh 2004** الصحف في العالم العربي تحت ثلاثة أنواع رئيسية: صحافة ولاء، صحافة تعبئة، وصحافة تعدد. ويصنّف السودان ضمن صحافة التعبئة[1]. إذا طبقنا معايير وليام راف (2004) على الصحافة السودانية المعاصرة سنجدها تتأرجح بين صحافة الولاء والتعبئة في ذات الوقت. فالسلطة السياسية تتدخل في ملكية ومحتوى الصحافة السودانية لتضمن ولاءها ونجاحها في التعبئة الأيديولوجية لسياساتها. ولهذا ظلت الصحافة السودانية تفتقد للنمط التحليلي النقدي فيطغى فيها أساليب التناول الخبري ويغيب النمط الاستقصائي.

كان السودان منذ بداية عهده بالصحافة إبان الاحتلال الانجليزي يعرف نوعين من الصحافة: صحافة سلطة وصحافة مستقلة، وظهرت لاحقا الصحف الحزبية لتكون مقابلا للصحف المستقلة، لكن بدأت تظهر في السودان نوعية جديدة من الصحف هي التي تجمع بين الحزبية المتخفّية والاستقلالية المدّعاة، أي أنها صحافة في العلن تسمي نفسها مستقلة لكنها من الباطن موالية لأحد الأحزاب السياسية. بدأ هذا النوع من الصحافة بالظهور في فترة الديمقراطية الثالثة 1985–1989م وتطورت أكثر في فترة حكم البشير 1989–2019م يصف محمود قلندر 2016 هذا النوع من الصحف الحزبية المتخفية بالصحف الأقمار، أي التي تدور في فلك الأحزاب[2].

هذا النوع من الصحافة يجعل التأكد من ملكية الصحف أمرا صعبا. لكنه ظل أسلوبا جاذبا لنظام البشير للتأثير في الرأي العام من باب الصحافة المستقلة ظاهريا. وفي هذا السياق تمددت أذرع الحزب الحاكم حينها (المؤتمر الوطني) وسيطرت عن طريق المشاركة في الملكية على العديد من الصحف السودانية المستقلة ذات السمعة التاريخية الحسنة، مثل صحيفة الرأي العام والصحافة.

ويرى قلندر (2016) أن الإسلاميين في السودان برعوا في امتلاك وتوظيف الصحافة الحزبية المتخفّية، حيث استطاعوا امتلاك ونشر أكثر من صحيفة من هذا النوع. ويعتقد قلندر أن الإسلاميين في السودان نجحوا في صناعة (دوامة صمت) بتعبير **Noelle Neummann 1974** فاستطاعوا التأثير في الرأي العام السوداني عن طريق السيطرة على وسائل الإعلام[3].

في ظل التحكم شبه الكامل للحكومة على الإعلام في السودان، نجد أن أوضح تقسيم للصحف في السودان في تلك الفترة هو تصنيفها على أساس: صحف موالية للحكومة وصحف معارضة للحكومة.

تعاني الصحف في السودان من ضعف مؤسسي يؤثر على استمراريتها، وظل هذا الضعف يلازم الصحافة السودانية منذ نشأتها حتى عصرها الراهن، حيث "لا توجد صحيفة سودانية عاشت 50 عاما دون توقف أو تغيير وجهتها[4]. خلال فترة الاحتلال وحتى صدور أول قانون للصحافة 1930 م صدرت

---

[1] William Rugh (2004), Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics, Praeger, London, p.29

[2] محمود قلندر، مرجع سابق، ص89

[3] المرجع السابق، ص102

[4] أنور هارون شمبال، مرجع سابق، ص 25

ثلاثة عشر صحيفة وفي فترة الخمسينيات التي شهدت قيام أول حكومة وطنية بعد الاحتلال صدر ما يزيد عن السبعين صحيفة ولكن تظل المشكلة الأساسية التي أثّرت على إصدار الصحف هي عدم الاستمرار[1]. بسبب عدم الاستقرار السياسي أيضا، كان المستثمرون يحجمون عن الدخول في أية مشروعات تخص الاتصال ووسائله، فترك الأمر للحكومات وهي فقط تريد أن تكسب من قطاع الاتصالات ولا تريد أن تعطيه[2].

كان لتدهور الظروف الاقتصادية في البلاد أثرا عكسيا على الصحافة المستقلة حديثة البروغ. فإن شح ورق الصحف ومواد النشر الأخرى زادت الاسعار مما جعلها تفوق إمكانية تناول الكثيرين كما قلّل سوق الطباعة في البلاد كمية الصحف المطبوعة فأصبح الإعلان في ظل ذلك الاقتصاد المنهار مصدرا غير معتمد عليه في إيرادات الصحافة، ولم تستطع الكثير من الصحف الاستمرار في النشر في ظل تلك الظروف[3].

ظلت المشكلات التي واجهت أول صحيفة صدرت في السودان وهي ضعف التوزيع وضعف عائدات الإعلان تواجه الصحف السودانية حتى اليوم ولا زالت الاستثمارات في مجال الصحافة حتى اليوم لا تدخل فيها الشركات الكبيرة ورؤوس الأموال الضّخمة وربما يعود ذلك للخوف من التقلبات السياسيّة التي ظلت تستهدف الصحف عند تغيير الأنظمة الحاكمة وتعرّضها للإيقاف والتعطيل إن لم يكن التأميم والمصادرة[4].

رغم ضعف الصحافة السودانية وبطء تطورها إلا أنها تُعتبَر الأكثر تأثيرا بين وسائل الإعلام الجماهيري في السودان. يؤكد العديد من الباحثين أن وسائل الإعلام المطبوعة في السودان، تؤثر على الرأي العام أكثر من أي وسيلة إعلام أخرى. ليس فقط لأنها المصدر الحاسم الوحيد الحاليّ للمعلومات العامة على المستوى الوطنيّ، لكنها أيضا توفر خلفية أساسية وأخبار محلية وتعتبر بمثابة المأوى للمعارضة، وغيرها من المميزات التي لا يمكن استبدالها بمحطات تلفزيونية دولية "مجانية" مثل الجزيرة أو بي بي سي[5].

وتأكيدا لهذا التأثير، ظلت الصحافة السودانية طوال تاريخها، وخاصة في فترات الحكم العسكريّة، تتعرض لمضايقات عنيفة من السلطات السياسية، نظرا لتأثيرها السياسي والاجتماعي الكبير.

تعتبر الصحافة أهم وسيلة اتصال جماهيري لدى صانعي القرار الاقتصاديّ في السودان رغم التطور الكبير الذي صاحَب أجهزة الإعلام الالكترونية ويليها في الأهمية الإنترنت، ويجمع بين الوسيلتين ميزة

---

[1] عبد الله ابراهيم الطاهر (2001)، بيلوغرافية الصحافة السودانية في قرن 1898–1998، المجلس القومي للصحافة، الخرطوم، ص11

[2] هاشم الجاز، مرجع سابق، ص66

[3] محمود قلندر، مرجع سابق، ص67

[4] هاشم الجاز ، مرجع سابق، ص165

[5] Anke Fiedler (2012), Political newspapers in Sudan after separation: Fig leaves of government monopoly or real alternatives to the state-run media?, In: The Sudanese press after separation – Contested identities of journalism, Media in Cooperation and Transition (MICT), p.33

إمكانية الاطلاع على المعلومات في الوقت الذي يختاره الشخص واقتناء المعلومة في الحال بلا تعقيدات[1].

الإطار التحليلي: دراسة الحالة

في سياق الحالة السودانيّة، يكشف الاقتصاد السياسيّ للإعلام، ليس فقط عن علاقات التداخل بين القوى الاقتصادية والسياسية، لكنه يكشف أيضا عن هيمنة سلطة الدولة على القوة الاقتصادية التي تحرّك وتوجّه وسائل الإعلام في السودان ومحتواها على السواء. الملكية وحدها لا تعكس طبيعة وأيديولوجية ومحتوى وسائل الإعلام في السودان، لأن الملكية حتى إن كانت خاصة إلا أنها مقيدة تماماً بعنف السلطة السياسية والمراقبة المشدّدة. ولهذا، بجانب مفاهيم الاقتصاد السياسيّ للإعلام، نضطر إلى الأخذ بالاعتبار فاعلية وتأثير عنف السلطة السياسية في السياق السودانيّ.

أولا: ملكية الصحف

يمكن القول إن محتوى وسائل الإعلام في السودان في العقود الثلاثة منذ 1989 حتى 2019 كان يخضع تماما للقوى الاقتصادية المسيطرة على وسائل الإعلام، إلا أن هذه القوى الاقتصادية لا تعبر عن القطاع الخاص المستقل، ولكنها تعبر بصورة مباشرة عن القوى السياسية أو بالأصح عن النظام الحاكم في السودان. عبر تحكم الحزب الحاكم في الإعلام لا تسعى الحكومة فقط للربح التجاريّ لكنها تسعى للربح السياسيّ أيضا، أو ما يمكن أن نعبر عنه بلغة عالم الاجتماع الفرنسي بيير بورديو: حرصها على الرأسمال الرمزي والثقافي لاستخدامه لمراكمة امتيازات الطبقة السياسية الحاكمة.

بعد إنهاء عهد الصحف الحكومية والسماح للصحف الخاصة المستقلة، لجأت حكومة البشير 1989-2019م لأسلوب مختلف وهو إصدار صحف ذات ملكية خاصة لكن بتمويل حكومي. فحسب قانون الصحافة في السودان ليست هناك صحيفة حكومية وأن كل الصحف مصنفة على أنها مستقلة تصدر من شركات مساهمة عامة حسب قانون الصحافة 2009م.

من المعلوم أن الحكومة السودانية كانت تموّل مباشرة عددا من الصحف أو تدفع ببعض المنسوبين إليها من أصحاب رؤوس الأموال إلى شراء مؤسسات بعينها وامتلاكها، والذين يمكن تسميتهم الوكلاء السياسيين للنظام. فهناك صحف تم شراؤها بعد الإفقار المتعمد لأصحابها، عن طريق منع الإعلان الحكومي أو الاشتراكات والزيادة المفرطة في قيمة الضرائب في إطار السياسة العقابية[2]. في مجال ملكية الصحافة في السودان، نلاحظ أن غالبية رؤساء تحرير الصحف السودانية لم يكونوا من المتخصصيين في الصحافة أو الإعلام، ويحرص ملاك هذه الصحف على تولي رئاسة مجلس الإدارة ورئاسة التحرير[3].

---

[1] أنور هارون شمبال، مرجع سابق، ص 165

[2] ندى أمين، مرجع سابق، ص 106

[3] أنور هارون شمبال، مرجع سابق، ص 164

ثانيا: إعلانات الصحف

مثل أغلب أنماط الصحافة في العالم: يلعب الإعلان دورا كبيرا في الاقتصاد السياسيّ للصحافة السودانية. وتكمن خصوصية السودان في أن الضعف الاقتصاديّ لم يكن مشجعا للاستثمارات المحلية والأجنبية لدخول سوق الإعلام، لأنه سوق للأرباح السياسية أكثر من الأرباح التجارية، بجانب عدم الاستقرار السياسيّ والاقتصاديّ. إضافة إلى أن ضعف البنية التحتية وعدم تطور وتوسع شبكة النقل والمواصلات أدى إلى ضعف في توزيع الصحافة في السودان خاصة في المناطق الريفية. هذه الأسباب أدت لأن يكون الإعلان والتمويل السياسي روافع مهمة لاقتصادات الصحافة في السودان، ولهذا يعتبر الإعلان الممول الرئيس للصحافة في السودان. ونسبة لسيطرة الدولة على وسائل الإعلام الجماهيري تسيطر الحكومة على سوق الاعلان باعتبارها الأكثر إعلانا في الصحف[1]. وهكذا تعتبر الحكومة في السودان هي الممول الأول والمعلن الأول[2].

في هذه البيئة الإعلامية الصعبة، أصبح الاعلان أحد ادوات الحكومة للسيطرة والتحكم في الصحف، وتحتكره شركة وحيدة تعمل على توزيعه دون معايير موضوعية[3]. أصبحت أكثر الوسائل شيوعًا وتأثيرا للضغط على المحررين هي حرمانهم من الإعلان من القطاع العام ومن الشركات المملوكة لرجال الأعمال الموالين للحكومة[4].

تستورد الصحف كل مدخلات انتاجها من ورق وحبر وغيره من الخارج، فلا وجود لصناعة سودانية في هذا المجال. وتعتمد الصحف غير الحكومية على عائدات الاعلان والتوزيع. بخلاف بعض الصحف التي كانت تستفيد ماديا من قربها للحكومة وجهازها الأمني، حيث يمكن أن تستفيد من التمويل المباشر من الحكومة. بالمقابل، لا تقدم الحكومة السودانية أي دعم مباشر للصحف التي تصدر عن جهات غير حكومية، كما لا تدعم الحكومة الصحف بأي دعومات غير مباشرة كتخفيض رسوم الاتصالات أو الانترنت أو النقل الجوي والضرائب[5]؛ لكن في الفترة الأخيرة من نظام البشير كانت الحكومة تدعم بطريقة غير مباشرة بعض الصحف سواء بالتمويل عن طريق رجال أعمال مقربين للحكومة، أو عن طريق سياسة منح الإعلانات الحكومية. ولهذا فإن وسائل الاعلام في السودان أصبحت مجالا مفتوحا للتدخل الحكومي، فقد خضعت لسيطرة الحكومة من جهة، والإعلان من جهة أخرى. وهكذا، فإن محصلة احتكار

---

[1] مصطفى سيد مبارك، (2015)، الأبعاد الإعلانية وانعكاسها على حرية العمل الصحفي، رسالة دكتوراه، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، ص 170

[2] Anke Fiedler (2012), Political newspapers in Sudan after separation: Fig leaves of government monopoly or real alternatives to the state-run media?, In: The Sudanese press after separation – Contested identities of journalism, Media in Cooperation and Transition (MICT),p.28

[3] مكي أبوقرجة، مرجع سابق، ص216

[4] Roman Deckert (2012), The current state of the Sudanese press: A diverse range of papers for a narrow spectrum of society, in: The Sudanese press after separation – Contested identities of journalism, Media in Cooperation and Transition (MICT), p.17

[5] هاشم الجاز، مرجع سابق، ص189

سوق الإعلان هي أن الإعلان في السودان لا يبيع (الجمهور) كسلعة إلى المؤسسات الاعلامية، ولكنه يبيع الجمهور للحكومة. فأغلب وسائل الاعلام وشركات الإعلانات الكبيرة ذات صلة مباشرة أو غير مباشرة بالحكومة.

ثالثا: العنف الهيكلي

ساهم شكل الاقتصاد السياسيّ للصحافة السودانية في الفترة 1989–2019 في تعميق العديد من الظواهر الاجتماعية المرتبطة بالحياة السياسية كالعنف. تأثر الإعلام في السودان بشكل كبير بدورات العنف في السياسة السودانية. وظلت الصحافة السودانية دائما في كل العصور ديمقراطية أم عسكرية تحت سيطرة عنف السياسة في السودان. أصبحت الصحافة في السودان بمفهوم عالم الاجتماع الفرنسيّ بيير بورديو حقل صراع وتنافس شديد بين قوى قديمة في المجال وقوى جديدة. كما أن العنف أصبح كممارسة سائدة في حقل الإعلام يتم اللجوء إليها بشكل دائم عند تغيير أي حكومة. فكل حكومة جديدة تأتي تعمل قبل كل شئ على إعادة ترتيب السلطة ورأس المال داخل حقل الإعلام والصحافة بالذات. أما الحكومات العسكرية التي مرت على السودان فكانت دائما أول عمل تقوم به هو السعي لاحتكار حقل الإعلام تماما، وتعمل على تأميم وإغلاق كل وسائل الإعلام الخاصة، ولا تسمح إلا بوسائل إعلام متوافقة مع السياسات الجديدة. انعكس عنف السلطة في السودان تجاه الإعلام على الحريات الصحفية وعلى مستوى جودة صناعة الصحافة وتطورها. ويعتقد قلندر (2016) أن نبتة العنف الرسمي تجاه الصحافة والصحفيين في السودان بذرة زرعها الاحتلال الانجليزي وواصلت في دربها من بعد السلطات الوطنية المختلفة[1].

تعتبر الأنظمة العسكرية هي الأشد عنفا ضد الصحافة في السودان؛ لكن ارتبط عنف السلطة المبالغ فيه ضد الصحافة بنظام النميري 1969–1984 ونظام البشير 1989–2019. عندما استلم انقلاب النميري السلطة سعى لتطبيق سياسات اشتراكية ثورية، فأعلن بعد شهور معدودات في 26 أغسطس 1970 تأميم الصحافة فأنهى بذلك نصف قرن من مؤسسة الصحافة الحرة. وقد برر النظام القرار بأن الصحافة وُجِدت لتخدم الأغراض البريطانية الامبريالية وأن بعض الصحف أصبحت أدوات للقوى الاجنبية[2]؛ لكن نميري كان يقلد سياسات الرئيس المصري جمال عبد الناصر الذي أعلن أيضا تأميم الصحافة المصرية عام 1960.

وعندما جاء نظام البشير بانقلاب عسكري في العام 1989م، شرع في العنف كممارسة سائدة في حقل الإعلام في السودان، لكن كانت حكومة البشير أكثر عنفا في التعامل مع الإعلام في كل الحكومات التي مرت على البلد، إذ أوقفت منذ يومها الأول الصحف كافة ولم تفرق بين المستقلة أو الحزبية وحاولت أن

---

[1] محمود قلندر، مرجع سابق، ص21

[2] المرجع السابق، ص 59

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

تملأ الفراغ الإعلامي بصحف حكومية جديدة[1]. ولأن نظام البشير كان نظاما أيديولوجيا في الأساس حرص على احتكار الإعلام وإصدار صحيفتين حكوميتين وصحيفة واحدة تابعة للجيش لفرض رؤية النظام الجديد. وبعد خمس سنوات من الاحتكار الكامل لحقل الإعلام، سمح نظام البشير بإصدار صحف مستقلة، لكنه وضع قوانين مقيدة للحريات والملكية، فكان يفرض رسوم ترخيص باهظة لإنشاء صحف جديدة. في ظل القانون الجديد كانت صحيفة السوداني أول صحيفة تصدر، لكن النظام الحاكم لم يتحمل مستوى النقد الذي كان يقدم فيها فأغلقها تماما. بعدها أصبح العنف ضد الصحافة جزءا من الهياكل التنظيمية والسياسات المنظمة لعمل الإعلام. في محاولاتها إخفاء عنفها ضد الصحافة في بنية القوانين أصدرت الحكومة في عهد الرئيس البشير خمسة قوانين للصحافة على فترات متباينة وهي أكثر قوانين للصحافة يتم إصدارها في تاريخ السودان.

تواصلت السياسة المزدوجة: العنف وإخفائه في واقع الصحافة السودانية بتطوير نموذج الصحف الحزبية المتخفية وراء شعارات الاستقلالية. فكان الحزب الحاكم يسعى لتغيير ملكية الصحف المستقلة المشهورة لتخدم أغراضه بدون الحاجة للظهور بوضوح كصحافة حزبية، لأنها صحافة غير شعبية في السودان وذات تاثير محدود. وقد يصل الأمر إلى استخدام العنف الواضح فهناك صحف تم بيعها عن طريق الإجبار مثل صحيفة السوداني[2]، وأخرى تم شراؤها بشكل مباشر أو غير مباشر كصحيفة الرأي العام والخرطوم[3]. وهكذا أصبح العنف كأحد أدوات احتكار الملكية وتنظيم المهنة في حقل الإعلام، فتعرضت الصحافة السودانية لمحاولات مستمرة لتعطيل دورها وتأثيرها عن طريق قوانين الصحافة.

رابعا: قوانين الصحافة

صدرت في السودان ثمانية قوانين لتنظيم العمل الصحفي ابتداءا من عام 1930 حتى العام 2009م. وتباينت هذه القوانين في توجهها من اتباع للنظرية الليبرالية أو النظرية التوتاليتارية أو النظرية المختلطة التي تأخذ من الليبرالية والتوتاليتارية، فصدر أول قانون للصحافة في العام 1930 وقد سنّته الإدارة الاحتلالية لمراقبة النشاط الإعلامي، فكان قانونا ضد الحريات الصحفية حيث كان ينص على فرض عقوبات على المخالفين، والإجبار على كشف المصادر الخبرية، وسلطات واسعة للرقابة القبلية والبعدية على النشر. لم تختلف قوانين الصحافة التالية كثيرا في نصوصها إلا فيما يتعلق بالرقابة والملكية[4]. نالت حكومة البشير النصيب الأكبر من هذه القوانين فقد أصدرت حتى الآن خمسة قوانين مختلفة للصحافة في الأعوام 1993 و1996 و1999 و2004 و2009م[5]، وهذا يدل على مدى قلق الحكومات العسكرية من تأثير سلطة الصحافة السودانية في المجال السياسي.

---

[1] هاشم الجاز، مرجع سابق، ص61
[2] ندى أمين، مرجع سابق، ص 105
[3] محمود قلندر، مرجع سابق، ص189
[4] هاشم الجاز، مرجع سابق، ص101
[5] نبيل أديب (2017)، من يحتاج إلى قانون جديد للصحافة؟، صحيفة التيار، عدد 15 أكتوبر 2017م، السودان

إن الثبات في قوانين الصحافة في العالم الثالث دليل على استقرار النظام الصحفي[1]. وهذا ما لم يحدث في السودان خصوصا في فترة حكم الرئيس عمر البشير 1989–2019. وتعتبر كل قوانين الصحافة في السودان تطويرا سالبا لقانون الصحافة الذي وضعته السلطات الاحتلالية في العام 1930م[2].

تحوّل العنف كمسار للتحكم في الصحف عن طريق تقاسم الأدوار للقوى الفاعلة المؤثرة في حقل الإعلام. كان الفاعلون الرئيسيون والمباشرون في حقل الإعلام يتمثلون في القوى التالية: وزارة الإعلام، مجلس الصحافة وهو كيان رسمي تنظيمي وقضائي في نفس الوقت لأنه يراقب أداء الصحافة السودانية ويقوم بمعاقبة الصحف المخلة بشروط النشر، نقابة الصحفيين ويسيطر عليها لنظام الحاكم بالكامل، محكمة الصحافة المكونة بموجب القانون الجنائي، الشركة الحكومية لتوزيع الإعلانات، جهاز الأمن والمخابرات.

في سياق عنف الدولة ضد الصحافة في السودان، يلخص قلندر 2016 أشكال الضبط والتحكم والعقوبات ضد الصحافة السودانية منذ عهد الاستقلال وحتى الوقت الحالي في عشر أشكال هي: الترخيص، الغرامة، الرقابة، الإغلاق، منع التوزيع، منع الكتابة، طرد المحررين، الحبس، التأميم، الاغتيال[3]. إلا أن هناك أساليب عنف أخرى مورست بشدة ضد الصحافيين والصحافة في السودان مثل: (المنع من المعلومات، المنع من الإعلان الحكومي، تغيير الملكية بالإجبار على بيع الصحف).

شهدت الصحافة السودانية في الفترة 1989–2019 نوعين من التحكم: تحكم مباشر بتدخل أجهزة الدولة (مجلس الصحافة، جهاز المخابرات، محكمة الصحافة) عن طريق (ايقاف الصحف، مصادرة الصحف، ايقاف صحفيين من الكتابة، تغيير رؤساء التحرير، اعتقال صحافيين، غرامات ...) وتحكم غير مباشر: عن طريق الاطر القانونية، ايقاف الاعلانات الحكومية (ضغوط اقتصادية)، شراء الصحف المعارضة (ضغوط اقتصادية)، عدم الافصاح عن المعلومات.

خامسا: الرقابة على المحتوى

واجهت الصحافة السودانية نوعين من الرقابة: رقابة مؤسسية تستخدم العنف ورقابة ذاتية تحاول تجنب العنف. بالنسبة للرقابة المؤسسية: تسيطر الحكومة على الصحافة من خلال مؤسستين رئيسيتين: الأولى مجلس الصحافة والمطبوعات والثاني جهاز الأمن والمخابرات، مجلس الصحافة يضع القوانين وينظم الملكية ويعاقب أحيانا على التجاوزات في المحتوى الصحفي، بينما يقوم جهاز الأمن بالمراقبة القبلية والبعدية، ويمارس العنف ضد الصحف عن طريق مصادرة الصحف بعد الطبع، ونزع المواد الاعلامية الناقدة للحكومة، ومنع الصحفيين المعارضين من كتابة الرأي، وإيقاف الصحف بدون أي إخطار رسمي مكتوب. ويحدث الأمر فقط باتصال هاتفي من ضباط الأمن على إدارات الصحف والمطابع. وتتم

---

[1] محمود قلندر، مرجع سابق، ص155

[2] نفس المرجع، ص 155

[3] المرجع السابق، ص166

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

المصادرات بحضور قوات الأمن. ولهذا فإن فترة حكم البشير صار فيها جهاز الامن "هو الفاعل الاوحد في مجال علاقة الصحافة بالدولة"[1].

كانت جميع الصحف في السودان تخضع للتدخل الحكوميّ والرقابة المباشرة على المحتوى. ورغم أنها تتمتع بقدر من الحرية يتيح لها نقد الأداء الحكومي والمسؤولين إلا أنها في المقابل تتعرض في أحيان كثيرة لملاحقات ذات طابع أمنيّ أو جنائيّ وليس قضائيا، مثل تعليق الصدور والمصادرة بعد الطبع، كما يتعرض الصحفيون ورؤساء التحرير لكثير من الإجراءات العقابية التي تشمل الاعتقال أو السجن أو الغرامات المالية أو المنع من الكتابة[2].

بالإضافة إلى ذلك، يظهر احتكار رأس المال في سوق الصحافة السودانية من قبل السلطة السياسية بصورة واضحة في المحتوى الإعلامي وخصوصا في المحتوى الإخباري. بسبب احتكار المال السياسيّ لأغلب الصحف السودانية وبسبب الرقابة الأمنية المشددة: تبرز ظاهرة التنميط والتشابه في الأخبار، وتبدو عناوين الأخبار وكأنها صادرة من جهة واحدة. على سبيل المثال لم تتابع الصحف السودانية بدقة وعدالة أحداث مهمة حدثت مثل العصيان المدني (ديسمبر 2016–ديسمبر 2018) والاحتجاجات الشعبية (سبتمبر 2013، ديسمبر 2016، ديسمبر 2018) بسبب الرقابة الحكومية كما أن هناك تشابها كبيرا في العناوين الرئيسية لأغلب الصحف اليومية سواء تلك التي تدعم النظام الحاكم أو التي تدعي الاستقلالية. كما يلاحظ في معظم هذه العناوين ليس فقط نشرها للخطاب الحكومي أو تأييدها له، ولكن حرصها الشديد على امتصاص غضب الشعب بطريقة غير مباشرة عن طريق التركيز على خطط الحكومة لمعالجة الأزمة الاقتصادية ومهاجمة التجار بوصفهم المتسببين الأساسيين بالأزمة الاقتصادية وليس الحكومة[3].

كانت القوانين في الفترة 1989–2019 تنص على حرية التعبير وممارسة كل الحقوق الدستورية، لكنها حقوق شكلية، ولهذا فإن الصحافة إن لم تُعاقَب بالقانون، عوقبت بسياسات العنف بشتى الانواع. قد يكون عنفا مباشرا كالاعتداء على الصحفيين، أو عنفا اقتصاديا بمنع الإعلانات ومصادرة الصحف بعد طباعتها لتعريض الصحف لخسارة اقتصادية، أو عنفا عبر القوانين الصارمة والمقيدة لدخول مجال الصحافة. وبالعنف المتواتر ضد الصحافة يدفع النظام الصحفيين إلى الالتزام برقابة ذاتية تتيح لهم الاستمرار في المجال بدون إثارة غضب النظام الحاكم. وهذا بدوره انعكس على المحتوى الصحفي الذي أصبح يغلب عليه دعم السياسات الحكومية ويقل فيه الخطاب النقديّ.

---

[1] المرجع السابق، ص188

[2] ندى أمين، مرجع سابق، ص 102

[3] المرجع السابق، ص 105

النتائج:

– توضح الدراسة أن التحليل النقدي للاقتصاد السياسيّ للإعلام يساعد في الكشف عن علاقات الارتباط والتأثير بين المؤسسات الإعلامية وبين النظم الاقتصادية والسياسية.

– تكشف الدراسة أن المكون السياسيّ الذي ظل يتحكّم في إدارة الدولة في السودان خلال فترة الدراسة هو ذات المكوّن الذي يتحكّم إلى حد كبير في موارد الاقتصاد وفي حرية الإعلام ومحتواه وملكيته.

– توضح الدراسة أن تدخل السلطة السياسية العنيف في عمل الصحافة السودانية عبر إمكانات الاقتصاد والسياسات بات ظاهرة مستقرة في العقود الثلاثة من 1989م إلى 2019م حيث كانت السلطة السياسية تتدخل في ملكية ومحتوى الصحافة السودانية لهدف التعبئة الأيديولوجية لسياساتها والحفاظ على مصالحها الاقتصادية.

– تظهر الدراسة أن الضغوط الاقتصادية كانت تدفع العديد من الصحف للوقوع في سيطرة التمويل السياسيّ بواسطة النظام الحاكم سواء عبر الدعم النقديّ المباشر عن طريق المشاركة في الملكية أو الدعم غير المباشر عن طريق الإعلانات الحكومية.

– تشير الدراسة إلى أن المحاولات السياسية لاحتواء الصحافة في السودان خلال فترة الدراسة أفرزت نمطين من الملكية: ملكية واضحة عن طريق تملك شركات ورجال أعمال معروفين للصحف، وملكية غامضة تمثلها صحف مملوكة لشخصيات مقربة من أحزاب سياسية.

– تكشف الدراسة أن تدهور الأوضاع الاقتصادية ظل يؤثر على سلوك النظام السياسيّ في السودان في تعامله مع الصحافة، ويعطل أيضا فرص تطور الصحافة المستقلة بسبب ضغوط اقتصادية كبيرة مثل ضعف التوزيع والقوة الشرائية وضعف عائدات الإعلان.

– تبيّن الدراسة أن محتوى الصحافة السودانية في العقود الثلاثة منذ 1989 حتى 2019 كان يتأثر بضغط القوى الاقتصادية المسيطرة على وسائل الإعلام، وأن التحكم بمحتوى الصحافة كان يجري وفقا لآليات الملكية، وعنف السلطة والرقابة اللصيقة.

التوصيات:

– الاهتمام بدراسة الاقتصاد السياسي للإعلام للمساعدة في فهم أعمق لظروف عمل الإعلام بغية تطويره في المستقبل.

– تشجيع القطاع الخاص والعاملين في المجال الصحفي على الاستثمار الإعلامي في تقنيات الاتصال للحد من التدخلات السياسية في العمل الصحفي ولرفع مستوى وجودة صناعة الصحافة وتطورها.

– توسيع الحريات الصحفية لتجنيب العاملين في المجال الإعلامي التزام الرقابة الذاتية الصارمة التي تفرض عليهم عدم الخروج على الخطوط الحمراء وإثارة غضب الأنظمة السياسية.

– الابتعاد عن نمط الولاء والتعبئة السياسية وإثراء التعددية في الصحافة السودانية لمعالجة ضعف المستويات التحليلية النقدية في الممارسة الصحفية وانشغالها بالتناول الإخباريّ عن البحث الاستقصائيّ.

– تطوير اقتصاديات الصحافة عن طريق تطوير المحتوى الإعلامي وربطه بمستويات الجودة والتقنيات الحديثة والقضايا الإنسانية.

قائمة المراجع

العربية:

1. أنور هارون شمبال(2017)، الصحافة السودانية وصناعة القرار الاقتصادي، وزارة الثقافة، الخرطوم
2. محجوب عمر باشري(1991)، رواد الفكر السوداني، دار الجيل، بيروت
3. بيير بورديو (2007)، الرمز والسلطة، ترجمة: عبد السلام بنعبد العالي، ط3، دار توبقال للنشر
4. صلاح الدين الطيب ترفه (1978)، دور الصحافة السودانية في التنمية الاجتماعية، دار الحياة للنشر والتوزيع، القاهرة
5. صلاح عبد اللطيف (1992)، الصحافة السودانية: تأريخ وتوثيق، مطابع شركة الإعلانات الشرقية، القاهرة
6. طلعت همام (1988)، مائة سؤال عن الصحافة، ط2، دار الفرقان
7. عبد الحكيم خليل (2005)، الصحافة وقضايا التنمية الاجتماعية في الدول النامية، مطابع السودان للعملة المحدودة، الخرطوم
8. عبد الله ابراهيم الطاهر (2001)، ببلوغرافية الصحافة السودانية في قرن 1898–1998، المجلس القومي للصحافة، الخرطوم
9. فيصل محمد صالح (2005)، الصحافة السودانية وحقوق الانسان، احترام: المجلة السودانية لثقافة حقوق الانسان وقضايا التعدد الثقافي، العدد الأول، الخرطوم
10. مأمون فندي (2008)، حروب كلامية: الإعلام والسياسة في العالم العربي، دار الساقي للطباعة والنشر، بيروت
11. محجوب محمد صالح (1971)، الصحافة السودانية في نصف قرن، دار نشر جامعة الخرطوم
12. محمود قلندر (2016)، مهنة في محنة: الصحافة السودانية وعصور من الكَبَد، مركز عبد الكريم ميرغني الثقافي، الخرطوم
13. مصطفى سيد مبارك، (2015)، الأبعاد الإعلانية وانعكاسها على حرية العمل الصحفي، رسالة دكتوراه، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان
14. مكي أبوقرجة (2015)، أصوات من الثقافة السودانية، دار صفصافة، القاهرة، ص466
15. نبيل أديب (2017)، من يحتاج إلى قانون جديد للصحافة؟، صحيفة التيار، عدد 15 أكتوبر 2017م، السودان
16. ندى أمين (2018)، ملكية وسائل الإعلام وتأثيرها في استقلالية المحتوى الصحفي: السودان نموذجا، مجلة سياسات عربية، العدد 33، ص ص. 93–116.
17. هاشم الجاز (2000)، الإعلام السوداني، دار جامعة القرآن الكريم للنشر.

الإنجليزية:

1. Anke Fiedler (2012), Political newspapers in Sudan after separation: Fig leaves of government monopoly or real alternatives to the state-run media?, In: The Sudanese press after separation – Contested identities of journalism, Median Cooperation and Transition (MICT)
2. Janet Wasko; Graham Murdock; Helena Sousa (2011), The Handbook of Political Economy of Communications, Blackwell Puplishing
3. Levent Yaylagül (2018), Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar, Dipnot Yayınları, Ankara
4. Mohamed Zayani (2005), "Aljazeera and the vicisstudies of the New Arab Mediascape" in Zayani, ed, The Aljazeera phenomenon: critical perspectives on New Arab Media, Pluto, London
5. Paul Long and Tim Wall (2017), Media Studies: Texts, Production, Context, Routledge
6. Roman, Deckert (2012), The current state of the Sudanese press: A diverse range of papers for a narrow spectrum of society, in: The Sudanese press after separation – Contested identities of journalism, Media in Cooperation and Transition (MICT)
7. Simeon Djanko; Caralee McLiesh; Tatiana Nenova; and Andrei Shleifer (2003), "Who Owns the Media?" Journal of Law and Economics: Vol. 46 : No. 2 , Article 2.
8. Vincent Mosco (2009), The Political Economy of Communication, SAGE Publications
9. William Rugh (2004), Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics, Praeger, London
10. Zanetta Jansen (2013), International Media and Cultural Flows: A Critical Political Economy of Media Organisations in the 21st Century, A case of the Reuters News Agency, South African Review of Sociology, 44 (1)

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

جائحة كورونا وتأثيراتها السلبية على السياحة العالمية

Corona Pandemic and its Negative Effects on Global Tourism

ياسيـن قرنـــاني

أستاذ محاضر أ بجامعة : محمد لمين دباغين – سطيف 2

مريـــم بوالصوف

باحثة دكتوراه بجامعة : محمد لمين دباغين – سطيف 2

الملخص:

يعاني قطاع السياحة حالياً حالة من الشلل التام وبالرغم من جهود واضعي السياسات حول العالم للتخفيف من الأثر الاقتصادي لجائحة فيروس كورونا المُستجد **(COVID-19)** فإن قطاع السياحة لن يتمكن من بدء التعافي إلا بعد أن تتم السيطرة على حالة الطوارئ الطبية ورفع قرارات حظر السفر بصورة آمنة، وكلما طال أمد هذه الأزمة الصحية تزايدت صعوبة استمرار الشركات وقدرتها على البقاء، لاسيما الشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم التي تشكل نسبة كبيرة من قطاع السياحة، وتزايدت تبعاً لذلك أعداد العمّال المُتضررين وشركات الطيران ووكالات السياحة وشركات التامين، وقد اوضح الخبراء ان جائحة كورونا شلت 70بالمئة من النشاطات السياحية عبر العالم، وسجلت شركات الطيران 8.5تريليون دولار، وفقد قطاع الشغل 50مليون وظيفة عبر العالم.

الكلمات المفتاحية: الجائحة (الوباء الفيروس والمرض)، التأثير والانعكاس، السياحة العالمية.

Abstract

Though the efforts of policymakers around the world to deduce the economic impact of the pandemic (19-COVID) virus, tourism sector is currently suffering a state of complete paralysis. The latter will not be able to start recovery until the global medical statue is under control as far as the medical emergency and lifting travel bans are lifted in a safe manner. As longer this health crisis takes time, as more difficult it will be for companies to survive and continue especially small and medium-sized ones, which constitute a large proportion of the tourism sector. Therefore, the numbers of affected workers, airline and insurance companies, tourism agencies increased accordingly. Experts have shown that the pandemic Corona has crippled 70% of tourism activities around the world. Airlines recorded $ 5.8 trillion losts, and the job sector has lost around 50 million jobs worldwide.

Keywords: pandemic, pandemic, virus, disease, effect Reflection, global tourism.

اولا: إشكالية الدراسة:

لقد أصبحت السياحة الدولية بفعل العولمة أحد الرهانات الأساسية للمنافسة بين البلدان ذات الطابع السياحي، وبين المتعاملين في هذا المجال الحيوي من شركات الطيران، الشبكات الفندقية والمؤسسات السياحية، وحظيت باهتمام واسع من طرف مختلف الدول عبر القارات لتزامنها مع كل التطورات والتغيرات التي يشهدها العالم، ليس باعتبارها موردا للتصدير فقط، بل لأنها تعد أيضا القطاع الذي يملك قدرات كبيرة في مجال توسيع فرص انشاء مناصب الشغل لاسيما أن احتياجات السياح اليوم، تتطلب استعمالا مكثف اليد العاملة، من خدمات السكن تنظيف الملابس الإطعام، النقل الترفيه، وغيرها[1].

لم تعد السياحة خيار وجب تفضيله على خيارات أخرى، بل أصبحت ضرورة وجبا الاهتمام بها والعمل على تطويرها بعد الإلمام بكل المفاهيم المتعلقة بها فالسياحة التي كانت تعني تنقل الإنسان من مكان إلى آخر قصد الترويح عن النفس، أصبحت تساهم في الناتج الوطني وجلب العملة الصعبة فضلا على مساهمتها في القضاء على البطالة. كما أنها تعتبر الصناعة التي تولد الحاجة المتزايدة لليد العاملة، حتى في خارج المناطق الحضرية والصناعية، وهو ما سيكفل إيجاد الحلول للعديد من المشاكل المزمنة التي تعاني منها معظم البلدان منذ عقود، والمتمثلة في مشكل البطالة والنزوح إلى المدن الكبرى، وبالتالي المساهمة في تعميم ونشر التنمية، بالإضافة إلى تزويد خزائن لحكومات بالعملة الصعبة. وتشهد السوق السياحية منافسة كبيرة بين الدول من اجل استقطاب أكبر قدر من السياح من اجل كسب إيرادات مالية جديدة ودعم خزينة الدولة خاصة في ظل الأزمات الاقتصادية المعاصرة.

وكان لتفشي وباء كورونا تأثيرا كبيرا على قطاع السياحة حول العالم بسبب القيود المفروضة على السفر وذلك بسبب انخفاض حركة الطلب على السفر بين المسافرين. حيث انخفض السفر المخطط له حول العالم بنسبة 80–90 ٪.[2]

وتم إغلاق العديد من مناطق الجذب السياحي وإيقاف العمل في جميع أنحاء العالم بسبب وباء كورونا 2019–2020، مثل المتاحف والمتنزهات والأماكن الرياضية وغيرها. السياح يتقلصون في زمن كورونا.. بيت لحم الفلسطينية تعاني الركود أعلنت السلطات الفلسطينية حظر دخول السياح من تسع دول وذلك ضمن إجراءاتها الاحترازية لمنع انتشار الفيروس في مختلف المناطق.وتشعر الحكومات بالقلق عن حق، حيث أوضحت أخر الإحصائيات الصادرة عن المجلس العالمي للسفر والسياحة أن هذا الخطر يُهدد نحو 50 مليون وظيفة في هذا القطاع عبر العالم ، بانخفاض يقدر بنحو 12 و14%.ففي بعض البلدان، تسهم السياحة بالنصيب الأكبر من إجمالي الناتج المحلي، وتُعد أكبر مصدَرٍ للعملات الأجنبية وتوفير

1–Yona Constantino va, « la communication touristique en Bulgarie" ; Paris, sept dénis Diderot, France, 2003, p17. email : yangs Yahoo .com.

2–Team, The Visual and Data Journalism (28 March 2020). "Coronavirus: A Visual guide to the pandémique". بي بي سي نيوز. مؤرشف من الأصل في27 مارس2020.

فرص العمل لاسيما للفئات الأكثر احتياجا والنساء والشباب. وقد تحولت هذه الأزمة الصحية بالفعل إلى أزمة اقتصادية وطنية في العديد من البلدان النامية التي تعتمد بصورة كبيرة في إجمالي ناتجها المحلي على عائدات السياحة – بنسبة 20% لحوالي 37 بلداً.[1]

ونتيجة لفيروس كورونا 2019–2020، فرضت العديد من البلدان والمناطق الحجر الصحي المنزلي وحظر التجول، وغيرها من قيود أخرى على المواطنين أو المسافرين القدمين من المناطق الأكثر تأثرًا**2** .كما تفرض دول ومناطق أخرى قيودًا عالمية تنطبق على جميع البلدان والأقاليم الأجنبية وتمنع مواطنيها من السفر إلى الخارج **3**.هذا إلى جانب انخفاض الرغبة في السفر، كان للقيود تأثيرا اقتصاديا واجتماعيا سلبيا على قطاع السفر في تلك المناطق. كان التأثير المحتمل على المدى الطويل هو انخفاض السفر التجاري والمؤتمرات الدولية، مع ظهور ما يوازيها على شبكة الانترنت .وقد أثيرت مخاوف بشأن فعالية هذه قيود لاحتواء انتشار مرض كورونا COVID-19 .

يعاني قطاع السياحة حالياً حالة من الشلل التام وعلى الرغم من جهود واضعي السياسات حول العالم للتخفيف من الأثر الاقتصادي لجائحة فيروس كورونا المُستجد(COVID-19) ، فإن قطاع السياحة لن يتمكن من بدء التعافي إلا بعد أن تتم السيطرة على حالة الطوارئ الطبية ورفع قرارات حظر السفر بصورة آمنة. وكلما طال أمد هذه الأزمة الصحية، تزايدت صعوبة استمرار الشركات وقدرتها على البقاء، لاسيما الشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم التي تشكل نسبة كبيرة من قطاع السياحة، وتزايدت تبعاً لذلك أعداد العمّال المُتضررين.

وتشعر الحكومات بالقلق عن حق، حيث أوضحت أخر الإحصائيات الصادرة عن المجلس العالمي للسفر والسياحة أن هذا الخطر يُهدد نحو 50 مليون وظيفة في هذا القطاع عبر العالم بانخفاض يقدر بنحو 12 و14% .ففي بعض البلدان، تسهم السياحة بالنصيب الأكبر من إجمالي الناتج المحلي، وتُعد أكبر مصدَرٍ للعملات الأجنبية وتوفير فرص العمل، لاسيما للفئات الأكثر احتياجا والنساء والشباب. وقد تحولت هذه الأزمة الصحية بالفعل إلى أزمة اقتصادية وطنية في العديد من البلدان النامية التي تعتمد بصورة كبيرة في إجمالي ناتجها المحلي على عائدات السياحة – بنسبة 20% لحوالي 37 بلداً. وانطلاقا من هذه المخاطر نطرح التساؤل الرئيس **ما التأثيرات السلبية لجائحة كورونا على السياحة العالمية؟**

- **ما مفهوم جائحة كورونا، التأثير، السياحة العالمية؟**
- **ما مؤشرات تطور السياحة عبر العالم؟**

1–-https://www.aljazeera.net/ebusiness/2020/3/11/مع تفشي فيروس كورونا المُستجد ... كيف نحافظ على الوظائف في قطاع السياحة .كارولين فروينهد03/20/2020 .

2– "The long–term effects of the coronavirus". The Jérusalem Post | JPost.com. مؤرشف من الأصل في 14 أبريل 2020.اطلع عليه بتاريخ 12 مارس 202

3– Nsikan, Akpan (24 February 2020). "Coronavirus spikes outside China show travel bans aren't working". National Geographic باللغة الإنجليزية). مؤرشف من الأصل في 11 أبريل 2020 .اطلع عليه بتاريخ 02 أبريل 2020.

- **ما التأثيرات السلبية لكورونا على قطاع الشغل، الطيران، ووكالات السياحة والتأمين؟**

ثانيا: مفاهيم الدراسة:

1–جائحة كورونا (الجائحة والوباء والمرض والفيروس).

أ–الجائحة: مفرد جمعها جوائح وهي الوباء العام وهو وباء ينتشر بين البشر في مساحة كبيرة مثل قارة مثلا أو قد تتسع لتضم كافة أرجاء العالم. ويسمى الانتشار الواسع لمرض بين الحيوانات جارفة.الوباء المستوطن واسع الانتشار المستقر من حيث معرفة عدد الأفراد الذين يمرضون بسببه لا يعتبر جائحة. وعليه يستبعد من جائحة الانفلونزا النزلات الموسمية المتكررة للبرد. ظهر عبر التاريخ العديد من الجوائح مثل الجدري والسُلّ .ويعتبر الطاعون الأسود أحد أكثر الجوائح تدميرًا؛ إذ قتل ما يزيد عن 20 مليون شخصًا في عام 1350م. ويشتهر من الجوائح الحديثة فيروس نقص المناعة المكتسبة والإنفلونزا الإسبانية وجائحة إنفلونزا الخنازير 2009، وفيروس الإنفلونزا أ H1N1 وفيروس كورونا COVID-19 [1].

ب–الوباء: وَباء :اسم. الجمع: أَوْبِيَةٌ، وأَوْبِئة. الوَبَاءُ: الوَبَأُ؛ كُلُّ مرضٍ شديد العدوى، سريع الانتشار من مكان إلى مكان، يصيب الإنسان والحيوان والنَّبات، وعادةً ما يكون قاتلاً كالطّاعون وَباءُ الكوليرا/ الطَّاعون2.

اصطلاحا: يعرف الوباء بأنه حالة انتشار لمرض معين، حيث يكون عدد حالات الإصابة أكبر مما هو متوقع في مجتمع محدد أو مساحة جغرافية معينة أو موسم أو مدة زمنية. وهذا وفقا لتعريف منظمة الصحة العالمية. وقد يحدث الوباء في منطقة جغرافية محصورة أو يمتد في عدة دول، وقد يستمر لعدة أيام أو أسابيع، وربما يستمر لسنوات. ومصطلح **وباء** يصف حالة انتشار لمرض في منطقة واسعة قد تشمل العالم أجمع.

يُقصد بالوباء الانتشار السّريع أو الزّيادة غير الطبيعيّة في حدوث شيء ما والذي يكون سيئاً عادة ويؤثّر الوباء على العديد من الأشخاص في الوقت ذاته في منطقة ما، ويمكن أن يكون الوباء معدياً فينتقل من شخص إلى آخر وينتشر بشكل أكبر بينهم[3].

ج– فيروس كورونا: فيروسات كورونا هي سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان. ومن المعروف أن عدداً من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراض تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرس) والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارس). ويسبب فيروس كورونا المُكتشف مؤخراً مرض كوفيد–19[4].

1–https://ar.wikipedia.org/wiki/. تاريخ الزيارة 2020/06/23. النشر 2019/02/10

2–https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/. تعريف ومعنى وباء في معجم المعاني الجامع معجم عربي عربي. تاريخ الزيارة 2020/06/25

3–épidémique", www.dictionary.com, Retried 20-3-2018. Edited. الزيارة 2020/06/25

4–https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses. الموقع الإلكتروني لمنظمة الصحة العالمية.

د–المرض: مرض كوفيد–19 هو مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا. ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في كانون الأول/ ديسمبر 2019. وقد تحوّل كوفيد–19 الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم[1]. وقد اعتبرت منظمة الصحة العالمية (كوفيد 19) جائحة، وبالتالي يختلف عن الوباء فالوباء قد يكون انتشاره في منطقة جغرافية كبيرة ومحصورة في دولة واحدة أو عدد قليل من الدول.أما الجائحة فتعني انتشارًا عالميا للمرض شاملا عددا غير قليل من الدول، وهو ما نشهده الآن. وعليه اختلفت وجهات النظر والآراء حول طبيعة الفيروس ومصدره وإخفاء المعلومات عنه، إذ اعتبره جانب بأنه حالة مرضية تطورت بفعل عوامل طبيعية حصلت في سلالة عائلة معينة من الفايروسات باعتبار أن لها القدرة على التطور الطبيعي والتكيف مع المتغيرات البيئية لكي تستمر بالنشاط والتأثير[2].

2–**التأثير:** اسم. مصدر أثَّرَ بـ /أثَّرَ على /أثَّرَ في. تأثير جانبيّ: مفعول سلبيّ لدواء ونحوه ودواء ذو تأثير سحريّ: قويّ المفعول. والتأثير: النفوذ والقدرة على إحداث أثر قويّ، ويقال فلان ذو تأثير كبير، ووافق تحت تأثير والده بمعنى انفعال في العقل والقلب، تحرُّك المشاعر أو اهتزازها تحت تأثير الخوف. تأثيريّة :اسم مؤنَّث منسوب إلى تأثير. مصدر صناعيّ من تأثير :قدرة العمل الفنِّيّ على تحريك مشاعر المتلقِّي والتأثير فيها. تأثير كبير: تأثير فعّال[3].

اِنعكاس: اسم الجمع :انعكاسات. مصدر انعكسَ /انعكسَ على أي إثر وظهرت علامات.

– حَدَثَ انْعِكَاسٌ خَطِيرٌ عَلَى حَيَاتِهِ: اِرْتِدَادٌ، أَثَرٌ، اِنْقِلاَبٌ سَتُحْدِثُ هَذِهِ الوَاقِعَةُ انْعِكَاسَاتٍ هَامَّةً عَلَى حَيَاتِهِ.

– انْعَكَسَتْ عَلَى مَلامِحِ وَجْهِهِ آثَارُ التَّعَبِ وَالعَيَاءِ: ظَهَرَتْ، بَرَزَتِ ارْتِداداً.

انعكس الشَّيءُ عليه: ظهر أثرُه عليه. يقال كان للحادث انعكاسات خطيرة على المنطقة.

3–السياحة: لغة تعني: التنقل من بلد إلى بلد آخر، طلبا للتنزه أو الاستطلاع والكشف[4].

–**اصطلاحا:** السياحة هي مجموع العلاقات، والظواهر التي تترتب على سفره، وعلى إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما، طالما أن هذه الإقامة لا تتحول إلى إقامة دائمة وطالما أن هذه الإقامة لا ترتبط بنشاط يدر ربحا لهذ الأجنبي، وهو تعريف قدمه هونزو وكيروكراف الأستاذين بجامعة بيرن بسويسرا، وهونزو هو رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين[5].

ويرى بيتر جريج ان السياحة تتبلور نتيجة للعوامل السياسية، والسيطرة الحكومية، وتدخل الحكومات من ناحية، ونتيجة لكون العنصر الإنساني، عنصرا أساسيا في النشاط السياحي بمعنى أنه لكي يستمر النشاط

1– لين سردار النوري –خاص ترك برس–/https://www.turkpress.co/node. الزيارة 2020/06/21

[2]–/https://www.turkpress.co/node.الزيارة 2020/06/21

[3]تعريف ومعنى تأثير في معجم المعاني الجامع –معجم عربي عربي. https://www.almaany.com/ar/dict/ar–ar. الزيارة 2020/06/21

[4]– فؤاد البكري، العلاقات العامة في المنشأة السياحية، القاهرة، ط1، عالم الكتب، 2013، ص13

[5]– فؤاد البكري، المرجع نفسه ص11

السياحي في نموه، ويتطور بشكل جيد، لابد وأن يعود المسافر إلى بلاده المقيم بها مرة أخرى آمنا، مم يشكل حساسية خاصة لهذا النشاط[1].

عرف **جوير فرويلر** سنة1905 السياحة: بأنها ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق عن الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتغيير الهواء وإلى مولد للإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس والشعور بالبهجة والمتعة والإقامة في مناطق لها طبيعته الخاصة وأيضا نمو الاتصال ات وخاصة بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية وهي الاتصالات التي كان تثمر ة اتساع نطاق التجارة والصناعة سواء أكانت كبيرة متوسطة أو صغيرة وثمرة تقدم وسائل النقل[2].

أ–**مفهوم الخدمة السياحية:** تقديم الخدمات تقوم السياحة بدورها في تصريف المنتجات السياحية وتلبية حاجات ورغبات السياح المحليين والأجانب من الراحة والعلاج، وعادة يفهم من كلمة الخدمات السياحية أنها " مجموعة من الأعمال والنشاطات توفر للسائح الراحة والتسهيلات عند شراء واستهلاك

الخدمات والبضائع السياحية خلال وقت سفرهم أو إقامتهم في المرافق السياحية بعيدا عن مكان سكنهم الأصلي[3].

ثالثا: تطور السياحة في العالم:

يعد القطاع السياحي من أكثر المجالات أهمية للعديد من دول العالم التي تعتمد عليه في ناتجها المحلي السنوي، خصوصاً أنه يسهم بأكثر من 12% من إجمالي الناتج العالمي سنوياً.وشكل الفيروس ضربة قاسية لقطاع السياحة وكل ما يتصل به من فروع وأقسام، مثل الشركات السياحية وشركات الطيران والفنادق والمطاعم وعائدات الدول من التأشيرات السياحية والمطارات والمنافذ والمتاحف والأماكن السياحية ومعدلات الضرائب وغيرها[4].

ومع تطور انتشار وباء كورونا تعيش البشرية الآن أمام هلع كبير من فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19) كونه يعد جائحة يختلف نمط انتشارها عن سابقاتها من الفايروسات التاجية التي تصيب الجهاز التنفسي، وأمام تزايد ملحوظ في الإصابات وارتفاع في عدد الوفيات، والاستنفار العالمي لمواجهة انتشارها حاليا في أشدّه في حين أن معدل العدوى يتسع بشكل سريع بداية ظهور الفايروس كان في كانون الأول/ ديسمبر 2019 في مدينة ووهان الصينية، علمياً يعتبر هذا الفيروس الأحدث والاخطر ضمن سلالة فيروسات كورونا التي ظهرت أول انواعها 2002–2003 وسمي بوباء متلازمة الالتهاب الرئوي الحاد(SARS)، وفي 2012 انتشرت السلالة الثانية منها وسميت بمتلازمة الشرق الأوسط

---

[1]–Peter Grage : International Travel, International Trade (rcgers un, usa.p.19

[2]–أحمد الجلاد، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتاب، القاهرة، ط1988.1ص108

[3] – مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي للنشر، عمان، ط 1999، 1، ص39

[4]–الشعوب في بيوتها.. كيف ضرب كورونا السياحة بالعالم والخليج؟ الثلاثاء، 24–03–2020الساعة10:44. لندن – الخليج أونلاين. الزيارة 2020/06/20

التنفسية .(MERS) وتُعدّ فيروسات الكورونا حيوانية المنشأ، وهي قادرة على الانتقال من الحيوان إلى الإنسان ومن ثم تنتقل العدوى من إنسان إلى آخر.

تطورت صناعة السياحة تطوراً كبيراً وخاصةً في العقدين الأخيرين، ولعلّ السبب الأكبر يعود إلى تطور وسائل النقل والمواصلات والاتصالات، وتحول العالم إلى قرية كونية صغيرة بالإضافة إلى ذلك الاهتمام الكبير الذي بدأت توليه الدول للقطاع السياحي وإدراك أهميته الكبيرة في تنشيط قطاعات الاقتصاد الوطني المختلفة لما له من تأثير مباشر أو غير مباشر في هذه القطاعات، ولما يحقق للدول من فوائد كبيرة سواء من حيث تشغيل اليد العاملة أو من خلال العائدات الكبيرة التي تحصل عليها الدول من هذا القطاع. الرغم من إدراك أهمية هذا القطاع من قبل السلطات المعنية في الجزائر حيث عدت السياحة صناعة استراتيجية، ما زال عدد السياح قليل جداً بالإضافة إلى أن العائدات دون المستوى المطلوب.

لقد تطورت السياحة تطوراً كبيراً وخاصةً منذ سبعينيات القرن الماضي حيث لم تعد السياحة ترفاً، بل تنامت ونشطت، حتّى أصبحت الآن صناعة العصر والمستقبل وهي الصناعة التي لا حدود لتطورها وهي الأكثر حضارة والأقل تلوثاً[1]. ويُبين الجدول التالي (والذي لا يتضمن تكاليف النقل) التطور الكبير لعدد السياح من جهة وللأموال التي ينفقونها في رحلاتهم من جهة أخرى، مع العلم أن هذا الجدول لا يشمل السياحة الداخلية والتي هي الأساس في تطور صناعة السياحة. ويمكن إجراء مقارنة بسيطة من عام 1950 وحتّى 2005 فيما يتعلق بعدد السياح وإنفاقهم على السياحة.

جدول رقم (1) يبين تطور عدد السياح وإنفاقهم في العالم:

السنة	عدد السواح (مليون سائح)	وسطي إنفاق السائح (دولار)	الإنفاق (مليار دولار)
1950	25	83	2
1960	69	99	7
1970	166	108	18
1980	286	386	105
1990	459	576	267
1995	561	677	380
1998	625	712	445
2000	698	802	560
2005	808	928	750

يتبين لنا من الجدول السابق التطور الكبير الذي طرأ على أعداد السياح وإنفاقهم حتّى غدت السياحة الصناعة الأولى في العالم وشملت جميع البلدان، لكن حصة الأسد كانت من نصيب الدول الصناعية المتطورة كفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية وإسبانيا وألمانيا، حيث أصبح يعمل في قطاع السياحة ما يوازي أعداد العاملين في الصناعات الخمس التي تليها (الإلكترونيات، والكهرباء، والحديد والصلب والنسيج، والسيارات).

[1]–العائدي، عثمان، آفاق السياحة في سورية، ندوة الثلاثاء الاقتصادية، جمعية العلوم الاقتصادية، سورية 2000، 52.

كما أصبح عدد العاملين في القطاع السياحي بصورة مباشرة أو غير مباشرة، حوالي 11 % من القوى العاملة في العالم، وأصبحت تلعب دوراً أساسياً في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، إذ إن كل شخص يعمل مباشرة في قطاع السياحة يشكل فرص عمل جديدة لتشغيل (3–5) أشخاص بصورة غير مباشرة للقطاعات الأخرى ولقد وضعت المنظمة العالمية للسياحة توقعات السياحة الدولية وحجم الإنفاق السياحي حتى عام 2020 كما يلي:

الجدول رقم (2) يبين عدد السواح المتوقع والإنفاق في عام 2010 و2020

السنة	عدد السواح (ملايين)	الإنفاق (مليار دولار)
2010	1018	1550
2020	1600	2000

المصدر: المنظمة العالمية للسياحة 2014

يُعرف السوق بأنه المكان الذي يلتقي فيه الطلب بالعرض مع الأخذ بعين الاعتبار كل العوامل التي تؤثر في تحقيق هذا اللقاء. والسوق السياحي لا يخرج عن ذلك المفهوم فسوق الخدمات السياحية هي المكان الذي يتقابل فيه الطلب السياحي باختلاف أشكاله وفئات السائحين بالعرض السياحي سواء بشكله الخام أي ما يتوافر للبلد من خامات سياحية من بحر وجبال وغابات وصحراء وأشعة الشمس وأماكن أثرية ودينية وموقع هام ... أو بشكله الاصطناعي وهو ما تقدمه الدولة والقطاع الخاص من خلال المؤسسات والشركات المختلفة العاملة في مجال تقديم الخدمات السياحية.

رابعا: التأثيرات السلبية لجائحة كورونا على السياحة العالمية:

اضحى فيروس كورونا يهدد السياحة العالمية بالشلل، وعزا الخبراء ذلك إلى أن ظهور الفيروس ترافق مع الأزمة المالية والاقتصادية الحادة التي تضرب البلاد، والتي كان لها الأثر الأكبر على تراجع حركة السياحة والسفر في البلاد. لكن بحسب نقيب أصحاب مكاتب السفر والسياحة في لبنان جان عبود، فقد تم إلغاء الكثير من رحلات الطيران من بيروت وإليها، حيث سُجل انخفاض في عدد الرحلات الطيران عبر مطار رفيق الحريري الدولي ذهابا وإيابا من 130 رحلة يوميا قبل الأزمة المالية والاقتصادية وانتشار فيروس كورونا، إلى قرابة ثلاثين رحلة حاليا.

وتوقع البنك، ومقره مانيلا، أن انتشار الفيروس قد يقلص الناتج الإجمالي العالمي بين 0.1 و0.4%، بخسائر مالية من المتوقع أن تصل لما بين 77 و347 مليار دولار.[1]

فيروس كورونا يشدد قبضته على السياحة العالمية بشكل خطير على مستقبلها، الوضع متأزم في كل مكان، لاسيما في شرق آسيا، وفي أوروبا ينتاب قطاع السياحة قلق متزايد.

متحف اللوفر الباريسي خال من السياح بعد إغلاقه لبضعة أيام بسبب كورونا فنادق خالية ورحلات ملغاة ومعالم سياحية مغلقة، فيروس كورونا يشل السياحة العالمية. ومنذ الآن يتوقع القطاع السياحي خسائر

[1] https://alkhaleejonline.net–الشعوب في بيوتها.. كيف ضرب كورونا السياحة بالعالم والخليج؟ الثلاثاء، 24–03–2020 الساعة 10:44. الزيارة 2020/06/21

بمليارات اليورو، أوروبا في مواجهة أكبر أزمة، فمنذ انتشار الفيروس في ايطاليا بقيت وجهات سياحية محبوبة خالية في الغالب من البشر. وفي البندقية وميلانو تبقى المتاحف والمسارح والمعالم السياحية مغلقة وتم إلغاء الأنشطة الكبرى. وحتى في فرنسا ظل متحف اللوفر مغلقا ليومين متتاليين، لأن العاملين توقفوا عن العمل تخوفا من عدوى محتملة.

وفي المانيا يزداد القلق بعد إلغاء معرض السياحة الدولي في برلين بسبب تبعات الحجوزات الملغاة من شرق آسيا. والمكتب الألماني للسياحة ينطلق من حقيقة أن ليالي المبيت من الصين ستتراجع بين 17 و25 في المائة. وبما أن السياح من الصين يساهمون في العائدات بنحو 8 مليارات يورو سنويا، فإن الخسارات ستطال هنا السياحة بشكل قوي[1].

اقترحت هيئات السياحة أن التكلفة الاقتصادية الإجمالية للقطاع السياحي ستكون 4.5 مليار دولار أسترالي اعتبارا من 11 شباط 2020. ومن المتوقع أن تنخفض أرباح ومكاسب الكازينو [2].أفادت منطقتان في أستراليا، كايرنز وجولد كوست، بأنهما قد فقدتا بالفعل أرباحًا تزيد على 600 مليون دولار [3].

دعا مجلس السياحة الأسترالية (ATIC) حكومة أستراليا الحصول على الدعم المالي خاصة في ضوء العدد الكبير من الشركات الصغيرة المتضررة بسبب الحجر الصحي.[4]

أغلقت وكالة **Flight National Flight Centre** لأجل غير مسمى 100 متجرًا في جميع أنحاء أستراليا بسبب انخفاض الطلب بشكل كبير على السفر خوفا من انتشار الفيروس.[5]

تضررت السياحة في الصين بشدة بسبب قيود السفر والمخاوف من انتشار العدوى وشمل ذلك فرض الحظر على كل من المجموعات السياحية المحلية والدولية.في 16مارس2020، أعلنت وزارة السياحة والفنون والثقافة أن العديد من مناطق الجذب السياحي في ماليزيا ستبقى مغلقة حتى 30 آذار 2020 وتشمل هذه المناطق: مركز المعلومات السياحية، ومعرض الفنون الوطني، ومراكز الحرف اليدوية ومتحف Len gong الأثري والمحفوظات الوطنية الماليزية والنصب التذكاري، ومراكز ومكتبة ماليزيا الوطنية[6] .

1–تاريخ09.03.2020 . https://p.dw.com/p/3YvLm.السياحة، الصين، باليه، المانيا، هونغ كونغ ,معرض السياحة الدولي. الزيارة 2020/06/22

2– "ATIC calls for gouvernement support to counter coronavirus impact on tourisme industrie – Australasien Liseur Management". ausleisure.co*m.au.* مؤرشف من الأصل في *15* فبراير 2020. اطلع عليه بتاريخ 14 فبراير 2020.

3– "Flight Centre closes 100 stores across Australia due to business impact from coronavirus fears". هيئة البث الأسترالية. 12 March 2020. مؤرشف من الأصل في 13 مارس 2020. اطلع عليه بتاريخ 12 مارس 2020.

4– Tan, Huileng (28 January 2020). "China's travel restrictions amid coronavirus pandemic will hit other Asian economies". CNBC. مؤرشف من الأصل في 29 يناير 2020. اطلع عليه بتاريخ 31 يناير 2020.

5– Chin, Chester (16 March 2020). "National Art Gallery, Museum Negara, among cultural institutions closed amid Covid-19 fear". The Star. مؤرشف من الأصل في 21 مارس 2020. اطلع عليه بتاريخ 16 مارس 2020.

6– Taylor, Josh (11 February 2020). "'Completely dropped off': Australia's tourism industry braces for coronavirus crisis". الغارديان. ISSN 0261-3077. مؤرشف من الأصل في 11 فبراير 2020. اطلع عليه بتاريخ 12 فبراير 2020.

1–خسائر شركات الطيران عبر العالم: في الوقت نفسه، تحذو شركات التأمين على السفر حذو نظيرتها العاملة في قطاع الطيران. بطبيعة الحال، يفترض الكثيرون أن مشكلاتهم المالية ستُحل من خلال ما سيحصلون عليه من هذه الشركات، غير أن ذلك قد لا يحدث للأسف قبل مرور أسابيع أو حتى شهور.جانب ذلك، لن يتسنى للمتضررين من الأزمة الراهنة، التعرف على حجم الأموال التي سيكون بوسعهم المطالبة باستردادها، إلى أن تمر العاصفة الحالية تماما، ما يعني تقلص مواردهم المالية حتى ذلك الحين، وهو ما سيتأثر به كذلك الكثير من كبار المتخصصين في صناعة السياحة والسفر، في ظل توقف حركة التنقل والطيران في الوقت الحاضر[1].

نعم أنصح بذلك بشدة لذا إذا عَلِمت أن حكومة البلد الذي تزوره، ستوقف بعد يومين مثلا حركة الطيران، فعليك المسارعة بالعثور على رحلة مُغادرة لأراضيه، عبر الإنترنت، وفي حالات الطوارئ القصوى، توجه للمطار بنفسك لترَ ما إذا كانت هناك رحلات جوية متجهة لبلدك أم لا وسيتسنى لمعظم الناس –كما آمل –العودة إلى أوطانهم.وفي المقابل، تنوء شركات الطيران بعبء التعامل مع الاتصالات المكثفة الواردة إليها من عملائها. فما الذي تنصح به إذا لم يتمكن أي منّا من التواصل مع شركة الطيران التي يُفترض أن يسافر على متن إحدى طائراتها؟ وما من شك في أن شركات الطيران، تعاني حاليا من الضغوط الشديدة التي تقع على كاهلها. ولذا فإذا كنت قد بذلت قصارى جهدك، ولم تستطع رغم ذلك الحصول على رد من الشركة في غضون فترة زمنية معقولة، فأخشى أن أقول إنه سيتعين عليك في هذه الحالة، أن تتخذ ما ترى أنه القرار الأفضل في ظل الظروف الراهنة[2].

تواجه شركات التأمين على السفر –مثلها مثل أي شركة أو جهة أخرى حاليا –موقفا غير مسبوق وغير واضح المعالم كذلك. فهي تعمل بأقل من طاقتها من القوى العاملة وترزح ميزانياتها تحت ضغوط هائلة. يمكن لك –إذا كنت تعيش في المملكة المتحدة مثلا –أن تلجأ إلى الجهة المسؤولة عن تسوية المنازعات بين العملاء وشركات تقديم الخدمات المالية التي تتخذ من بريطانيا مقرا لها، ويمكن لهذه الجهة أن تُلزم شركات التأمين بتعويضك، إذا وجدت أن شكواك مُحقة. وبطبيعة الحال، توجد في مختلف دول العالم قوانين محلية ربما –أقول ربما–توفر بعض العون لمن يسعى للحصول على تعويضات من شركات التأمين. لكن كل ما أستطيع قوله هو أن هذه الشركات لن تكون في عجلة من أمرها لتسديد أي أموال للعملاء، لأن ذلك سيكلفها مليارات الدولارات.كورونا يكبد الشركات الملايين. "طيران الاتحاد" تطالب طواقمها بأخذ إجازات ذكرت رويترز أن شركة طيران الاتحاد المملوكة لحكومة أبو ظبي طلبت من طواقم الطائرات أخذ إجازات مدفوعة الأجر وفقا لرسالة داخلية عبر البريد الإلكتروني اطلعت عليها الوكالة3.

---

[1]–https://www.aljazeera.net/news/healthmedicine/. هل تنصح بان يسارع المرء للعودة الى وطنه إذا كان خارجه؟ الزيارة 2020/06/22

[2]–https://www.aljazeera.net/news/healthmedicine/ الزيارة 2020/06/22

[3]–– /https://www.aljazeera.net/ebusiness/2020/3/11مع تفشي فيروس كورونا المُستجد. كيف نحافظ على الوظائف في قطاع السياحة .كارولين فرويند03/20/2020| .

2–تسريح العمال او الاحالة على البطالة:

اصدرت منظمة السياحة العالمية تقييمها الحديث للتأثير المحتمل لفيروس كورونا على السياحة الدولية، حيث تتوقع وكالة الأمم المتحدة المتخصصة للسياحة أن ينخفض عدد السائحين الدوليين بنسبة 20 ٪ إلى 30 ٪ في عام 2020 مقارنة بأرقام 2019، لافتة إلى أن هذه الأرقام تستند إلى آخر التطورات حيث يواجه المجتمع العالمي تحديًا اجتماعيًا واقتصاديًا غير مسبوق.

وقالت المنظمة في تقرير حديث لها أن الانخفاض المتوقع بين 20–30٪ يمكن أن يؤدى إلى انخفاض في عائدات (صادرات) السياحة الدولية بما يتراوح بين 300–450 مليار دولار أمريكي، أي ما يقرب من ثلث عائدات السياحة في 2019 والتي بلغت 1.5 تريليون دولار أمريكي[1]. وقالت غلوريا غيفارا، الرئيسة التنفيذية للمجلس العالمي للسفر والسياحة: إن تفشي كورونا "يمثل تهديداً خطيراً لصناعة السفر والسياحة، وهناك نحو 50 مليون وظيفة قد تغلق جراء انتشار هذا الوباء عالمياً"، بحسب شبكة "بي بي سي" البريطانية.

من جانبه قال بولوتباغجي، رئيس معهد منتدى السياحة العالمي في تركيا، إن خسائر سوق السياحة العالمية قد تبلغ تريليون دولار هذا العام، بسبب الإجراءات المتخذة للحد من تفشي كورونا، وأن "70% من قطاع السياحة قد توقف بالفعل"، وفق وكالة "الأناضول" وأتاحت صناعة السياحة نحو 319 مليون وظيفة، أي نحو 10% من مجمل الوظائف العالمية في2018.**[2]**

ويضيف في حديث لـ"الخليج أونلاين" أن استمرار انتشار الفيروس وعدم السيطرة عليه سوف تدفع جزءاً كبيراً من ثمنه العمالة والكادر البشري العامل في القطاع السياحي، خاصة أن معظم الدول المتقدمة والناشئة لديها ملايين العاملين في قطاع الطيران والفنادق والمطاعم والخدمات اللوجستية وغيرها، والذين توقفت أعمالهم جراء هذه الأزمة.

انطلاقا من هذه الارقام تبين تأثر قطاع الضيافة بإغلاق الكثير من المقاصد والمعالم والأماكن السياحية في مختلف أنحاء العالم وتفيد تقديرات المجلس العالمي للسفر والسياحة، بأن التفشي الوبائي الحالي لفيروس كورونا في العالم قد يؤدي إلى إلغاء ما يصل إلى 50 مليون وظيفة. ويشير المجلس إلى أن صناعة السفر ربما تتكمش بنسبة 25 في المئة خلال عام 2020.

وتبرز من الاتحاد الأوروبي إيطاليا؛ إذ يشكل القطاع السياحي فيها نحو 13% من الناتج المحلي كما أنها مركز تفشي الفيروس في أوروبا، حيث باتت الأولى عالمياً بعد الوفيات بالفيروس (أكثر من 5500 شخص)، وفيها ما يتجاوز 53 ألف حالة إصابة به، وفق الأرقام الرسمية، وهو ما شكل خسارة كاملة للقطاع. وعلى سبيل المثال لا الحصر، يبدو أن تركيا الواصلة بين أوروبا وآسيا، والتي يسهم القطاع

---

[1] السياحة العالمية: خطة إنقاذ لدول العالم لتعافى القطاع بعد أزمة كورونا.https://www.youm7.com/story/2020/3/27كورونا.

[2] –/ الشعوب في بيوتها.. كيف ضرب كورونا السياحة بالعالم والخليج؟ الثلاثاء، 24–03–2020

السياحي بما نسبته 12.1% من الناتج الإجمالي المحلي فيها –بحسب أرقام رسمية– قد تتأثر بشكل جدي بانتشار الفيروس، خصوصاً مع التدابير الاحترازية المتبعة فيها[1].

3–**افلاس الوكالات السياحية:** تعيش حالات إفلاس كثير من الوكالات السياحية قدر خبراء ومعنيون في القطاع السياحي الأردني إلغاء حجوزات سياحية بنسبة زادت على 30% خلال مارس/آذار الجاري، بالإضافة إلى توقف الطلب على البرامج السياحية. ويعود السبب –بحسب الخبراء–إلى حظر الطيران وعدم استقبال مجموعات سياحية من الصين وكوريا الجنوبية وإيطاليا وإيران[2].

ويؤكد هؤلاء الخبراء أن الخطورة تكمن في توقف الحجوزات المستقبلية، بعدما سجلت المملكة حجوزا سياحية على مدى أشهر العام الجاري وبداية العام المقبل 2021. فرئيس جمعية وكلاء السياحة الأردنية محمد سميح، وصف الوضع السياحي في الأردن خلال الشهرين الماضي والجاري بـ"الكارثي"، وقال للجزيرة نت "إننا مقبلون على حالة إفلاس لشركات طيران كبرى ومكاتب سياحية وفنادق ونقل سياحي وغيرها. وأضاف أن هذا الأمر سينعكس بالمحصلة على جميع مزودي الخدمة، وإذا استمر الوضع على حاله: فسنرى إغلاق للمكاتب السياحية وتسريحا للموظفين بسبب إلغاء الحجوزات وتراجع مبيعات العروض السياحية. وتابع المتحدث ذاته أن قرار السعودية المفاجئ وقف العمرة أدى إلى مزيد من الخسائر، خاصة أن نحو سبعة آلاف معتمر حصلوا على تأشيرات للعمرة، وبتكلفة 140 ألف دولار تقريبا. أما الفعاليات السياحية بمختلف أنواعها فـ"تأثرت بشكل سلبي بسبب انتشار فيروس كورونا بحسب أمين عام وزارة السياحة الأردنية عماد حجازين[3].

ويضيف كثير من المسافرين للجزيرة نت أن هناك حجوزات تم إلغاؤها، وأخرى في حالة ترقب لحالة انحسار المرض، وهناك فعاليات سياحية ومؤتمرات تأجلت. وتوقع حجازين أن تعوض السياحة الداخلية المحلية جزءا من خسائر السياحة الخارجية، خاصة أن إنفاق الأردنيين على السياحة والسفر يتجاوز المليار دينار (1.4مليار دولار). قال رئيس غرفة شركات السياحة حسام الشاعر –في تصريحات صحفية–إن هناك انخفاضا بنسبة 70–80% في الحجوز الجديدة للوجهات المصرية خلال هذه الفترة، مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي، بسبب فيروس كورونا ونفى أي إلغاء في الحجوزات الحالية. وبحسب العضو السابق في غرفة السياحة بمصر حسن عبد السلام، وعضو غرفة الفنادق سامي سليمان، فلا تسريح للعمال في الوقت الحالي. ووفقا لتصريحات المتحدثين السابقين فإن مستقبل القطاع لا يمكن تحديده إلا بعد ظهور كامل تأثيرات فيروس كورونا على اقتصاد العالم، غير أنهم يبدون تفاؤلا بشأن المستقبل. اما في المغرب.. تأثير محدود.

[1]– https://alkhaleejonline.net/D. الزيارة 2020/06/25

[2]– https://www.aljazeera.net/news/healthmedicine/. الزيارة 2020/06/22

[3]– https://www.aljazeera.net/news/healthmedicine/ الزيارة2020/06/23

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

ولا توجد إحصاءات دقيقة بشأن حجم إلغاء الحجوزات بسبب فيروس كورونا، في المقابل يتحدث المسؤولون في القطاع السياحي والفندقي عن تأجيلات. لكن وسائل إعلام محلية تحدثت عن أكثر من عشرة آلاف إلغاء حجز في مدينة مراكش، وهي واحدة من أهم الوجهات السياحية بالمغرب. كما علقت الخطوط الجوية الملكية رحلاتها –مؤقتا–ابتداء من الأحد الماضي 8 مارس/آذار الجاري، من مدينتي ميلانو والبندقية وإليهما، على إثر قرار السلطات الإيطالية فرض الحجر الصحي عليهما. وشكل مهنيو قطاع السياحة وأرباب الفنادق خلية أزمة للمتابعة واتخاذ التدابير الاحتياطية[1].

وفي تونس.. خسائر كبيرة لوكالات الأسفار وتراجع أغلب الأسواق السياحية الأوروبية على خلفية انتشار فيروس كورونا وما سببه من اضطراب وشلل في قطاعات النقل الجوي والبحري، فإن تونس –كمعظم الوجهات السياحية العالمية، بحسب مراقبين– ستتأثر سلبا بهذه الأزمة الصحية، وقد تفضي إلى تدني عدد الوافدين إليها بحوالي 40% حتى نهاية مايو/أيار المقبل، خاصة في ظل انخفاض توافد السياح من الأقطار المجاورة في شهر رمضان المبارك، ويشير الأستاذ الجامعي المختص في الشأن السياحي معز قاسم –في حديث للجزيرة نت– إلى أن نسبة السياح الأوروبيين تمثل نحو 30% من العدد الإجمالي للوافدين على الوجهة السياحية التونسية. حيث أوضح مدير الجامعة التونسية لوكالات الأسفار والسياحة عمر الرياحي أن وكالات الأسفار تأثرت بشكل سلبي وخسرت الكثير من الأموال بفيروس كورونا المستجد حيث تم إلغاء العديد من الرحلات نحو إيطاليا وأوروبا والسعودية.[2]

خاتمة:

من الصعب التنبؤ بموعد تحقق التعافي من هذه الأزمة، لكن على المدى القريب تتبع الحكومات وشركات القطاع الخاص تدابير لإدارة الأزمة بُغية حماية قطاع السياحة قدر المُستطاع، وحيثما تمكنّا من تنسيق الإجراءات المختلفة وتحقيق التكامل فيم بينها فسيمكن التعافي من هذا الوضع بصورة أسرع على الأرجح وهذه بعض الحلول الجديدة بالاهتمام:

- إيجاد مصادر إيرادات بديلة تعمل الوجهات السياحية وقطاع السياحة على ابتكار سبلٍ جديدة لتحقيق بعض الإيرادات في ظل الإحجام عن السفر فعلى سبيل المثال طرح بعضها برامج لقسائم السداد لاحقاً – مثل" برنامج أنا أحب مانشستر "و"استمتع في منزلك" لتقديم محتوى من الجولات الافتراضية والأدلة الصوتية للوجهات السياحية، أو تقديم محاضرات عبر الإنترنت لتعليم الطهي على طريقة المطاعم أو الفنادق الشهيرة، ولممارسة اليوجا والاستفادة من خدمات المُنتجعات الصحية، وخدمات توصيل الطعام من المطاعم.
- تقليل خسائر الإيرادات حيث ألغى قطاع السياحة رسوم تغيير موعد الحجز، ليحث السائحين على تأجيل رحلاتهم بدلاً من إلغائها.

[1] –عمر الرياحي: وكالات الأسفار تأثرت سلبيا وخسرت الكثير .الجزيرة: وكالات الأسفار تأثرت سلبيا وخسرت الكثير 2020/06/23

[2] – https://www.aljazeera.net/news/healthmedicine/2020الزيارة2020/06/23

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

- التخطيط والتواصل بتضافر جهود مجتمعات الوجهات السياحية واتحاداتها لتشكيل مجموعات افتراضية للاستجابة لحالات الطوارئ، تحقيقاً لأهداف عديدة من بينها الإجماع على إغلاق جميع معالم الجذب السياحي ومراقبة المشترين والمُستهلكين والتواصل معهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي. ولابد أن ينصب تركيز أفضل وسائل التواصل على الشفافية والوضوح بشأن المخاطر الصحية وتعداد الحالات وتدابير التخفيف.
- توفير المعلومات لكل العاملين بالقطاع بحيث يمكن للحكومات والاتحادات إعداد الأدلة الإرشادية وعرض أحدث المُستجدات حول كافة التدابير السارية على القطاع أو على أعضائه وكيفية الحصول على الدعم.
- تخفيف الأعباء الضريبية حيث تعمل الحكومات على تأجيل أو تخفيض مدفوعات ضريبة الدخل وضريبة العقارات غير السكنية وضريبة القيمة المضافة وغيرها من الرسوم المُستحقة على الشركات، بما في ذلك تأجيل سداد الضريبة المستقطعة من المنبع، ومنح إجازات مرضية مدفوعة الأجر لتخفيف أعباء العاملين بأجور مخفضة وقد أعلنت نيوزيلندا تطبيقها لحزم إعفاءات ضريبية واسعة النطاق، كما أصدرت ميانمار قراراً بالإعفاء من ضريبة الدخل المسبقة على الصادرات بنسبة 2.%.
- دعم مكافحة التلوث حيث توفر الحكومة الدعم المالي أو الإمدادات إلى الشركات لمساعدتها في تغطية تكاليف السيطرة الفعلية على تأثيرات الفيروس، مثل خدمات التنظيف الشامل، كما فعل صندوق دعم التنظيف في سنغافورة مع الفنادق.
- توفير السيولة من قبل الحكومات والمؤسسات المالية وغيرهما من الجهات الأخرى على تقديم المنح والتمويل أو رأس المال البديل لأكثر المُنشآت الصغيرة والمتوسطة عُرضة للخطر، ولننظر مثلا إلى استجابة إدارة الشركات الصغيرة في الولايات المتحدة، إلى جانب تقديم التسهيلات الائتمانية ورأس المال العامل.
- تخفيض الديون من خلال البنوك التي يجب أن تعمل على تخفيف أعباء الرهون العقارية وتأجيل سداد أقساط القروض.
- إعادة توزيع الأصول لتشهد الوجهات السياحية فرصاً لإعادة توزيع العاملين لديها أو أصولها السياحية من أجل دعم برنامج الصحة العامة، مثل إعادة تدريب فريق الضيافة الجوية لتقديم الدعم في مُنشآت الفحص أو استخدام الفنادق كمنشآت للرعاية الصحية للمرضى الذين يعانون من مخاطر صحية خفيفة.

الهوامش:

1–العائدي، عثمان. آفاق السياحة في سورية، ندوة الثلاثاء الاقتصادية، جمعية العلوم الاقتصادية، سورية 2000، 52.

2–فؤا د البكري، العلاقات العامة في المنشأة السياحية، القاهرة، ط1، عالم الكتب، 2013 ص13

3 – فؤاد البكري، العلاقات العامة في المنشأة السياحية، المرجع نفسه ص11

4-حمد الجلاد، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتاب، القاهرة، ط1.1988 ص108

5-مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي للنشر، عمان، ط 1999، 1، ص39

6-_https://www.aljazeera.net/ebusiness/2020/3/11/مع تفشي فيروس كورونا المُستجد ... كيف نحافظ على الوظائف في قطاع السياحة .كارولين فروبند03/20/2020| .

-7 "The long-terme effects of the coronavirus". The Jérusalem Post | JPost.com. مؤرشف من الأصل في 14 أبريل 2020.اطلع عليه بتاريخ 12 مارس 202

-8 Nsikan, Akpan (24 February 2020). "Coronavirus spikes outside China show travel bans aren't working". National Geographic باللغة الإنجليزية). مؤرشف من الأصل في 11 أبريل 2020. اطلع عليه بتاريخ 02 أبريل 2020.

9-https://ar.wikipedia.org/wiki/. تاريخ الزيارة 2020/06/23. النشر 2019/02/10

10-/https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar. تعريف ومعنى وباء في معجم المعاني الجامع معجم عربي عربي. تاريخ الزيارة 2020/06/25

11-.Edited. épidémique", www.dictionary.com, Retrieed 20-3-2018 الزيارة 2020/06/25

12--https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses. الموقع الإلكتروني لمنظمة الصحة العالمية.

13- لين سردار النوري – خاص ترك برس-/https://www.turkpress.co/node. الزيارة 2020/06/21

14-/https://www.turkpress.co/node.الزيارة 2020/06/21

15--تعريف ومعنى تأثير في معجم المعاني الجامع – معجم عربي عربي./https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar. الزيارة 2020/06/21

16-Peter Grage : International Travel, International Trade (rcgers un, usa.p.19

17-الشعوب في بيوتها.. كيف ضرب كورونا السياحة بالعالم والخليج؟ الثلاثاء، 24-03-2020.لندن – الخليج أونلاين. الزيارة 2020/06/20

18-https://alkhaleejonline.net/الشعوب في بيوتها.. كيف ضرب كورونا السياحة بالعالم والخليج؟ الثلاثاء، 24-03-2020 الساعة 10:44. الزيارة 2020/06/21

19-تاريخ09.03.2020 . https://p.dw.com/p/3YvLm.السياحة, الصين, باليه, المانيا, هونغ كونغ, معرض السياحة الدولي. الزيارة 2020/06/22

20-Yona Constantino va, « la communication touristique en Bulgarie" ; Paris, sept dénis Diderot, France, 2003, p17. email: yangs Yahoo .com.

21- Team, The Visual and Data Journalism (28 March 2020). "Coronavirus: A Visual guide to the pandémique". بي بي سي نيوز .مؤرشف من الأصل في27 مارس2020.

22-"ATIC calls for government support to counter coronavirus impact on tourisme – industry". Australasian Liseur Management. ausleisure.com.au. مؤرشف من الأصل في 15 فبراير 2020. اطلع عليه بتاريخ 14 فبراير 2020.

23- "Flight Centre closes 100 stores across Australia due to business impact from coronavirus fears". هيئة البث الأسترالية. 12 March 2020. مؤرشف من الأصل في 13 مارس 2020. اطلع عليه بتاريخ 12 مارس 2020.

24- Tan, Huileng (28 January 2020). "China's travel restrictions amid coronavirus pandemic will hit other Asian economies". *CNBC*. مؤرشف من الأصل في 29 يناير 2020. اطلع عليه بتاريخ 31 يناير 2020.

25- Chin, Chester (16 March 2020). "National Art Gallery, Muzium Negara, among cultural institutions closed amid Covid-19 fear". *The Star*. مؤرشف من الأصل في 21 مارس 2020. اطلع عليه بتاريخ 16 مارس 2020.

26- Taylor, Josh (11 February 2020). "'Completely dropped off': Australia's tourism industry braces for coronavirus crisis". الغارديان. ISSN 0261-3077. مؤرشف من الأصل في 11 فبراير 2020 . اطلع عليه بتاريخ 12 فبراير 2020.

27–https://www.aljazeera.net/news/healthmedicine/. هل تنصح بان يسارع المرء للعودة الى وطنه اذا كان خارجه؟ الزيارة 2020/06/22

28–https://www.aljazeera.net/news/healthmedicine/الزيارة 2020/06/22

29– /https://www.aljazeera.net/ebusiness/2020/3/11مع تفشي فيروس كورونا المُستجد . كيف نحافظ على الوظائف في قطاع السياحة .كارولين فروبند03/20/2020| .

30–السياحة العالمية: خطة إنقاذ لدول العالم لتعافى القطاع بعد أزمة كورونا. https://www.youm7.com https://www.youm7.com/story/2020/3/27

31/ الشعوب في بيوتها.. كيف ضرب كورونا السياحة بالعالم والخليج؟ الثلاثاء، 24-03-2020 الساعة 10:44

32-https ://alkhaleejonline.net/D. الزيارة 2020/06/25

33-https://www.aljazeera.net/news/healthmedicine/. الزيارة 062020/22

34- https://www.aljazeera.net/news/healthmedicine/2020الزيارة2020/06/23

35–عمر الرياحي: وكالات الأسفار تأثرت سلبيا وخسرت الكثير .الجزيرة: وكالات الأسفار تأثرت سلبيا وخسرت الكثير2020/06/23

36-- https://www.aljazeera.net/news/healthmedicine/2020الزيارة2020/06/23

الإيتوس الرّقمي: صورةُ الذَّات الافتراضية في موقع التّواصل الاجتماعي الفيسبوك

Digital Ethos: The Image of the Virtual Self on the Social Platform 'Facebook'

د. كريم الطيبي
Dr. KARIM TAIBI
باحث في البلاغة وتحليل الخطاب
الأكاديمية الجهوية للتربية والتكوين تطوان-المملكة المغربية.

ملخّص:

تعالج هذا الدراسة الهوية الرقمية التي تتشكّل ضمن الفضاء الافتراضي؛ حيث يؤسس كل مُتفاعل هوية رقمية لذاته، ولا تخلو هذه الهوية التي يصوغها الفرد في العالم الافتراضي من أبعاد تأثيرية ووظائف حجاجية، وهو ما جعلنا نتحدث عن إيتوس رقمي أي صياغة صورة للذات هدفها استمالة المعجبين وإثارة الاستحسان والإعجاب.

الكلمات المفتاحية: الإيتوس–صورة الذات–الذات الافتراضية–الحجاج.

Abstract:

The present study treats the digital identity which is formed within the virtual space in which each participant creates a digital identity for him/herself . This identity which the individual forms in the virtual world is replete with influential dimensions and argumentative functions. This has led us to talk about digital Ethos; that is, the formulation of a self image aimed at attracting fans, arousing approval and getting admiration.

Key words: Ethos - Self-image - Virtual Self - Arguments.

مقدّمــة:

نروم في هذا المقال تتبّع قضية لافتة أصبحت تفرض ذاتها على العقل المعرفي الحالي في ظل الثورة التقنية وتعدّد الوسائط الافتراضية وكثرة المواقع الإلكترونية وفضاءات التّواصل الاجتماعي؛ فقد سمحت هذه الأكوان الافتراضية، وما أتاحه الفضاء السيبراني من بيئة رقمية ووسائل وبرمجيات، بتشكيل هُويّة ذاتية رقميّة، وأصبح لكل فردٍ وجود رقميّ أو صورة رقمية يستعرضها ويصوغها ويقدّمها للآخرين، ونظرًا لكون الفرد لا يؤسس كيانه في هذا الوجود إلا لتحقيق غايات ومقاصد معينة تختلف من كلّ شخص، فإن الحديث عن "إيتوس رقمي" في ظل هذا التحوّل الوجودي أمر مهم ووارد، ومن شأنه أن يحيِّنَ المقولات المعرفية التراثية التي صاغها المفكّرون بما يتوائم مع وسائطهم وخصوصياتها، وتشكّل مقولة "الإيتوس" أو صورة الذّات إحدى هذه المقولات المعرفية البلاغية البارزة التي صاغها المعلم الأول أرسطو في كتابه "الخطابة". وعدّها مكوّنًا بارزًا من مكوّنات الإقناع والتأثير. وتنطلق هذه الدّراسة من فَرْضيةٍ أساس مفادها أنَّ المتفاعل يُقدّم صورة لذاته بشكلٍ من الأشكال للمُتصفِّحين، ولا يخلو هذا التّقديم من وظائف حجاجية وأبعاد تأثيرية؛ إذ تروم "الذّات الافتراضية" صياغة صورة ناصعة جديرة بإثارة الإعجاب والاستحسان. ولافتحاص هذه الفَرْضية تحاول الدّراسة الإجابة عن الإشكالات التّالية:

كيفَ يصوغ المتفاعِلُ ذاته في فضاء الفيس بوك؟ وكيف تتراءى الذّات الافتراضية؟ وما السِّمات التي تتشكّلُ بها؟

أولا: صورةُ الذاتِ مبحثًا بلاغيًّا:

يعد مبحثُ صورة الذّات في الخطاب من المباحث البلاغيّة القديمة التي تطرّق إليها الفيلسوف اليونانيّ أرسطوطاليس في كتابه: "الخطابة"، فقد عدّ صورة الذات **Ethos** مدخلا من مداخل الإقناع، وحجّة يتوسّل بها المحاجِج لتحقيق نجاعة الفعل التأثيري، إلى جانب مكوّنين آخرين هما: الباتوس Pathos واللوغوس Logos، وذلك ضمن الثالوث الذي تقوم عليه بلاغة الحجاج، يقول أرسطو: "التّصديقات التي نحتال لها بالكلام فإنها أنواع ثلاثة: فمنها ما يكون بكيفية المتكلم وسمته، ومنها ما يكون بتهيئة للسامع واستدراجه نحو الأمر، ومنها ما يكون بالكلام نفسه قبل التثبيت. فأما بالكيفية والسّمت فأن يكون الكلام بنحو يجعل المتكلم أهلا أن يصدّق ويقبل قوله. والصالحون هم المصدقون سريعا بالأكثر في جميع الأمور الظاهرة. فإن هذا النحو أيضا ممّا ينبغي أن يكون تثبيته بالكلام "[1].

وتفصح هذه القولة عن قضيّة مهمة تتعلّق بكون الإيتوس صورة الذّات المنبثقة من الخطاب، والمتشكّلة في الملفوظات، ومن ثمّ، فالإيتوس أو صورة الذّات مُعطى لغويّ وخطابيّ يغرسه المتكلّم في ملفوظاته بهدف بعث الثقة في المخاطب والإيحاء بمصداقيته وأخلاقه وأهليته وكفاءاته، وبناءً عليه يقدّم صورة إيجابية على ذاته. يقول المعلّم الأول:" ليس صحيحًا -كما يزعم بعض الكتّاب في مقالاتهم عن الخطابة-

[1] الخطابة، ترجمة عبد الرحمان بدوي، ص: 10، وأنظر: الخطابة: ترجمة عبد القادر قنيني، ص: 15. وأُنظر أيضًا: الحسين بنو هاشم، بلاغة الحجاج: الأصول اليونانية، ص: 213.

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

أن الطيبة الشخصية التي يكشف عنها المتكلّم لا تسهم بشيء في قدرته على الإقناع، بل بالعكس، ينبغي أن يعدّ خلقه أقوى عناصر الإقناع الذي يحدثه خطابه. فالسّامع لا يقبل التسليم بدعوى ما من دون أن يؤمن بصاحبها"[1]. نلاحظ، من خلال هذا القول، أنّ أرسطو "يقيم صلة عضوية بين القول وبين المسؤول عنه؛ إنه باختصار يربط قوة الخطاب بصورة المصدر الذي ورد منه"[2]. لقد تفطّن أرسطو إلى أنَّ تذويتَ الخطاب وتوطين أنا المتكلّم في الخطابات استراتيجيّة تواصليّة حجاجيّة تروم إحداث التأثير في المتلقّي. وبناءً على هذا تصبح صورة الذّات حُجّة صناعية يهيّئها المتكلّم عن قصديّة، ويقوم بتشكيلها وتنشئتها حسب ما يتواءم مع المواضع المشتركة التي يتقاسمها مع المتلقّين؛ فحجاجيّة صورة الذات تكمن في المتكلم نفسه بوصفه ذاتًا خطابية، وتنبع بلاغة المتكلم انطلاقا من الأخلاق المحمودة والخلال الطيبة والقيم الفاضلة التي يتزيّى بها ويتقمّصها؛ لأن "القائل حجة بخلقه وليس القائل هو الخطيب، بل هو خلقٌ موسوم اجتماعيا يشتقّه الخطيب من مواضع المدح ويُنشئه بقوله لنفسه ويجعل قوله صادرًا عنه[3]. إن هذا الإجراء البنائيّ لصورة الذات هو الذي جعل أرسطو يؤكد أن الإيتوس يتشكّل من داخلِ الخطاب لا خارجه، يقول:" إلا أن هذه الثقة ينبغي أن تكون نتيجة لتأثير الخطاب. وإذن ينبغي ألا نقبل كما يفعل بعض المؤلفين في تقنية الخطاب، القضية القائلة بأن صدق الخطيب لا يسهم في الإقناع، لأن الطباع أو السَّمت، إذا جاز التعبير، هو الذي يكاد يشكّل الجزء الأنجع في الأدلة"[4].

يُفهم ممّا سبق، إذًا، أنّ صورةُ الذّات تضطلع بوظيفة حجاجيّةً، وتعدّ نقطةَ ارتكازِ العملية التأثيريّة[5]؛ ذلك أن المتكلّم يشكل ذاته تشكيلا يروم استمالة مشاعر الآخرين وعواطفهم. إن هذه الاستراتيجية التعبيرية قائمة على شحذِ ثقة المتلقّين واستدراجهم لتكوين تمثّل إيجابيّ ومحمودٍ حول من يتوجّه إليهم بالخطاب، ذلك أن المتلقّي يتقبّلُ الآخر وأفكارَه وآراءَه وخطابَه بصفة عامّة متى كان هذا المتكلّم جديرًا بالثقة، وباعثا على القَبول، فالمراهنة قبل تفعيلِ حجاجية الخطاب ورصانته وأصالته، يجب أن تكون حول كَسْر الحاجز الذي يحول بين المتلقّي والمتكلم، من خلال بعث الاطمئنان والارتياح في نفسه، ولا يتأتّى هذا إلا إذا تزيّى المتكلم بمزايا حسنة وتقمّص أخلاقًا محمودة، وقدّم نفسَه في صورة أخلاقيّة فاضلة وخيّرة؛ فـ" الإنسان الخيّر هو وحده قدرة كلامية"[6]، ومن ثمّ تتّفق الدّراسات البلاغية حول أهمّية الصورة الفاضلة التي يقدّمها المتكلم في عملية الحجاج، بناءً على تصوّر يعتبر أنّ" الإيتوس يشكّل جزءا من وسائل الإقناع التقنيّة التي تجعل الخطاب أكثر تأثيرا"[7]. وثمّة تأكيد لهذه الفكرة كذلك في عديد الحقول المعرفية

---

[1] الخطابة: ترجمة عبد القادر قنيني، ص: 15. وأنظر: الخطابة، ترجمة عبد الرحمان بدوي، ص: 10.

[2] محمد مشبال، في بلاغة الحجاج، ص: 177.

[3] هشام الريفي، الحجاج عند أرسطو، ضمن كتاب: أهم نظريات الحجاج في التّقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم، ص:145-146.

[4] الخطابة: ترجمة عبد القادر قنيني، ص: 16. وأنظر: الخطابة، ترجمة عبد الرحمان بدوي، ص: 10.

[5] يعتبرُ سام بروس الإيتوس "من بين أنجع الأسلحة الإقناعية" أنظر:

Browse , S, Cognitive Rhetoric, p.28

[6] Roth Amosy, L'argumentation dans le discours, P. 62.

[7] Ibid, P. 61.

الإنسانية، كعلم النّفس الاجتماعي؛ فقد اقترح غوستاف لوبون ما يعبّر عن صورة الذّات بمفهوم "الهيبة"، ويؤكّد أهميتها في التأثير واكتساب القبول والعطف قائلا:" الهيبة تشكّل العنصر الأساسيّ للإقناع"[1]، ونظرًا لأثرها البارز في عملية التأثير حاول الباحث تقديم إشارات تعريفية لها رغم صعوبة الإمساك بمدلولها الدقيق[2]، فهو يعتبرها:" عبارة عن نوع من الجاذبية التي يمارسها فرد ما على روحنا، أو يمارسها عمل أدبي ما أو عقيدة، وهذه الجاذبية الساحرة تشلّ ملكاتنا النقديّة وتملأ روحنا بالدّهشة والاحترام، والعواطف المثارة على هذا النّحو لا يمكن تفسيرها ككل العواطف"[3].

وإذا كان أرسطو يقرّ بأنّ "الإيتوس صورة خطابية"[4] تنبثق من الخطاب نفسه (الإيتوس الخطابي)؛ فإنّ ثمّة تصوّرات معرفية ترى عكس ذلك؛ إذ تؤكّد أن صورة الذات تتشكّل من معطيات قبلية كسمعة الشخص وحياته الواقعية لا بما يفصح به في خطاباته، لأنَّ بلاغة صورة الذات تتجاوز ما ينحته المتكلم من آثار ذاتية في الملفوظات، إلى الصورة الواقعية التي تروج عنه، فـ"ما يُعرف عن سمعته وشهرته وطريقة حياته وسلوكه ووضعه الاجتماعي أو السياسي أو الثقافي وأقواله وأفعاله وإنجازاته السابقة، معطيات تسهم في فعالية صورته الذاتية وتأثيرها في السامع"[5]. وإيزوقراط معاصر أرسطو كان "يلحّ على السمعة القبلية للمتكلم؛ فلا يهم الطريقة التي يظهر بها في خطابه، ولكن المهم ما نعرفه عنه مسبقا"[6].

يتبيّن، إذًا، أنّ فعاليةَ صورة الذّات، لا ترتبط فقط بما يبوح به المتكلم في أقواله وخطاباته، بل إنها قائمةٌ، إلى جانب ما سبق، على السّمعة الرائجة عنه، والتّمثّلات الرّاسخة لدى المتلقّين؛ فصورة المتكلم الواقعيّة والاجتماعيّة تُسهم بنصيبٍ مهمّ في دعم موقف الذّات المتكلّمة وخطابها، وتعزّز سلطتها ونجاعتها في عمليّة الحجاج، إن" المكانة الاجتماعية للمتكلم، والمهام التي يشغلها تعطيه قوّة وسلطة لخطابه"[7].

يتّضح من خلال تحليلنا السابق إذًا، أنَّ صورة الذّات أو الإيتوس قضيّة "مرتبطة بمسألة بناء الهوية"[8]، ويَفْصِل أرسطو الإيتوس الخطابي (صورة الذات التي ينسجها المتحدث في خطابه)، عن الإيتوس الواقعي (صورة المتحدث الحقيقية والواقعية)، فلا يهم إن تناقضت الصورتان (الصورة الخطابية والصورة الواقعية)، إذ لا يهم إن كان المتكلم صادقا أو كاذبا، بقدر ما يهمّ أن يقدّم نفسه في خطابه اللغوي بصفته جديرًا بالثقة. وقد حاول المعلم الأول أن يصوغ منظومة عامّة يلخّص فيها أهم القيم والفضائل الجديرة ببثّ الثقة في المتلقّين، وحصرها في ثلاث فضائل هي (الفضيلة، البر، السداد)[9].

---

1 سيكولوجيا الجماهير، ترجمة: هاشم صالح، دار الساقي، بيروت–لبنان، الطبعة الأولى، سنة 1991م، ص: 142.

2 يصرّح غوستاف بصعوبة تعريف الهيبة في قوله:" وليس من السهل تحديدها بدقة." نفسه، ص: 137.

3 نفسه، ص: 137.

4 Roth Amosy, L'argumentation dans le discours, P : 60.

5 محمد مشبال، في بلاغة الحجاج، ص:181.

6 Roth Amosy, L'argumentation dans le discours, *p* : 62.

7 Ibid, P : 71

8 دومينيك مانغينو، مشكلات الحجاج بالإيتوس: من البلاغة إلى تحليل الخطاب، ترجمة: حسن المودن، ضمن كتاب: التحليل الحجاجي للخطاب، أحمد قادم وسعيد العوادي (إشراف)، ص: 767.

9 الخطابة: ترجمة عبد القادر قنيني، ص: 88. وأنظر: الخطابة، ترجمة عبد الرحمان بدوي، ص: 81.

والجدير بالإشارة أن مفهوم الإيتوس ارتحل من البلاغة إلى مجالات مختلفة، كعلم الاجتماع؛ فقد استثمره الباحث إرفنغ غوفمان (Erving Goffiman) وقام بتبيئته بما يتوافق مع دراساته الاجتماعية، منطلقا من تصوّر أساس مفاده أن "الحياة اليومية ضرب من الإخراج المسرحي لا تنفكّ فيه الفواعل الاجتماعية عن الاضطلاع بأدوار مختلفة وتقمّص أقنعة متعددة بحسب ما يربط بينها من علاقات قوة، وهو ما تكشف عنه ضروب من التفاعل مختلفة أبرزها التفاعلات الخطابية التي يضطر الفرد خلالها إلى أن ينحت صورة جيدة لنفسه ويُنشئ انطباعًا حسنا بشأنه حتى يبرز في مظهر لائق ويكون لكلامه وقع وتأثير على مخاطبه"[1]. إن الحياة بهذا الاعتبار مسرح كبير يضطلع فيه الأفراد بتقديم ذواته على ركحها في صورة جديرة بأن تستميل الآخرين وتجعلهم يتفاعلون مع صورهم قبولا وإيجابا واستحسانا وإعجابا.

لقد ركّزت التصوراتُ السابقةُ على الذات الخطابية (النّصية) والذات التّاريخية (الواقعيّة)، بيد أنَّ تحوّلات العالم المعاصرة أفرزت ذاتًا مستجدّة واكبت الانفجار التكنولوجي والازدهار التقني الذي شمل أدوات الاتصال، إنها "الذات الافتراضية" التي نبتت في أحضان الفضاء السيبرنيطي، وترعرعت فيما تتيحه وسائط الملتميديا من برامج وتطبيقات وأيقونات. وهو ما يجعلنا نطرح مفهوم "الإيتوس الرّقمي"، معتبرين أنّ الوجود الافتراضي يُسهم بشكل كبير في بلوة الهُويّة الرّقمية الافتراضية التي تتشكل وَفق ما يتيحه الفضاء الرقمي من آليات وتقنيات تعبيرية. ويعدُّ موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك من أبرز الفضاءات الافتراضية التي احتضنت الذات الإنسانية الرّقمية وأتاحت لها فرصة التعبير عن هُويتها.

ثانيًّا: صورةُ الذّاتِ الافتراضية في الفيس بوك

فرض العالم المعاصر وجودًا رقميا نتيجة للعولمة وتطور العقل التكنولوجي، وأصبحت المجتمعات الإنسانية شديدة التعلّق بهذا الوجود الحميميّ، لذلك غدا من الطبيعي أن يتحدّث كثير من الباحثين عن " المجتمع الشبكي"[2]، و" المجتمع الافتراضي"[3]، و"العصر الرقمي"[4]، نظرا لوجود كينونة أخرى بموازاة الحياة الواقعية، الأمر الّذي انبثق منه تشكّل هوية رقمية وافتراضية وشبكيّة تطبع تفاعلات المستخدمين، وتوثّق ذواتهم واهتماماتهم وانشغالاتهم وتصورهم للحياة والوجود والعالم والقيم، إن الهُويّة الرقمية تُعدُّ "مظهرًا من مظاهر العالم الرقمي، والتجارة الرقمية، والبريد الإلكتروني والشبكات الاجتماعية والعوالم الافتراضية، حيث لم تعد مرتبطة في العصر الرقمي بجهود ثابتة، أو مصوغة ماديا كرخص القيادة أو جوازات السفر مثلا، بل أنشأت العوالم الافتراضية والشبكات الاجتماعية مواطن للتفاعل بين الأفراد في النوع والطبيعة وعلى

---

[1] حاتم عبيد، في تحليل الخطاب، ص:110.

[2] دارن بارني، المجتمع الشبكي، ترجمة: أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، قطر، ط1، 2015م.

[3] يرجع مفهوم المجتمع الافتراضي إلى هاوارد رينجولد الذي وضع الكتاب الرائد في هذا السياق بعنوان "المجتمع الافتراضي" والذي عرفه بأنه "تجمعات اجتماعية تشكلت من أفراد في أماكن متفرقة في أنحاء العالم، يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكومبيوتر والبريد الإلكترونين يجمع بين هؤلاء اهتمام مشترك، ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات، ولكن عن بعد من خلال آلية اتصالية هي الأنترنيت، حيث يشكل المجتمع الافتراضي مجال نمو الشبكات الاجتماعية ويشكل الفضاء المعلوماتي الحيز والإطار الذي يتم في سياقاته تجميع خيوط الشبكات الاجتماعية". راجع: صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي: أسس ومفاهيم وقيم، دار الحامد، عمان، ط1، 2015م، ص: 127.

[4] الثورة الرقمية ثورة ثقافية، ص: 19.

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

هذا الأساس ظهرت هذه الهويات الجديدة محمولة على نحو متزايد ولها القدرة على تجاوز أصولها والانتقال إلى الشبكات الاجتماعية والعوالم الافتراضية الأخرى"[1]. وإذا كان الوجود الواقعي يفرض حدودًا وقوانينَ وعوائقَ جمّة تجعل الفردَ منعزلا عن الانخراط في مختلف القضايا والمستجدّات، وتجعل كينونته مقصورة على مداركه العقلية وقدراته ومكانته الاجتماعية وصفته العلمية، وهي الخصيصة نفسها التي يفرضها الوجود النّصّي الذي يكبح جماح الأفراد ولا يسمح بالمشاركة الشّعبوية، إذ ما يزال النّشر الورقي نخبويّا متاحا لمن يمتلك المعرفة وآليات إنتاجها وقنوات تبليغها. وإذا كانت هذه خصائص الوجود الواقعي والوجود النّصي، فإن الوجود الافتراضي على عكس هذا تماما، فقد سمح للمستخدمين بأن ينخرطوا بكل حريّة ودون قيد أو شرط في مختلِف القضايا والمستجدات والأخبار، دون اعتبار لشرعية الخوض في مناقشة موضوع ما خارج التخصص، إن الذَّات الافتراضيَّة ذاتٌ عارفةٌ وعالمةٌ قادرةٌ على خوض غمار السّجال في مختلف القضايا، سياسة كانت أو دينيّة أو فلسفيّة أو رياضيّة أو اجتماعيّة أو قانونيّة أو إنسانيّة، وأمام هذه الإمكانية الهائلة يمكن القول إنَّ الفضاءات الافتراضية تتيح " للأفراد فرصة تقديم أنفسهم للآخرين بحرية كبيرة ودون قيود، وهذه الحرية تعطي بعض الأفراد مجالا رحبا لتقديم أنفسهم بطريقة تمكنهم من إخفاء بعض الخصائص والصفات غير المرغوبة لديهم، والتي لا يرغبون أن يعرفها الآخرون عنهم (كالعمر والمهنة والجنس والطبقة والإعاقة الجسدية وبعض السمات الشخصية كالبدانة أو النحافة أو الخجل إلخ)"[2]. وعبر هذه الخصوصية التعبيرية للفضاء الرّقمي يمكن الحديث عن إيتوس رقمي، يتمثّل في تقديم الذّات تقديما لا يخلو من أهداف حجاجية يمكن إجمالها في محاولة إبراز الذاتِ الافتراضيةِ تفوقَها ومثاليتَها وبطوليتها، إنها ذات كاملة تنسجم مع القيم الإنسانية النبيلة، وتتبنى كل المواقف الإيجابية، وتصنع كينونة فاضلة. والواضح أن هذه الذات المصطنعة قائمة على التمسرح والتزييف، وهما السبيلان إلى تأكيد الذات في واقع اجتماعي قائم على القمع والكبت ومصادرة الحرية في التعبير، وكبح جماح التطفل على مختلف المجالات المعرفية والعلمية، بـ" حيث إن الرقمي والافتراضي لا يختزل فقط في جهاز آلي، بل يشكل أيضا 'بيئة معيشية'، حيث نكون في الواقع مغمورين، ومهاجَمين بصفة مستمرة"[3]، وهو ما يؤكّد التّحول المعرفي الذي مسّ العقل الإنساني، بحيث استعاض بالخطاب المادي ومنطق الواقع والوجود بعالم افتراضي، و"مع انمحاء اللوغوس والقول واللغة سيتلاشى الفكر، ستستمر الشاشة في لعب دور مركزي وستصبح الصورة حافزا على ميلاد ذاتية افتراضية. وسنبقى ضمن ذاتية هجينة مستلبة داخل الصورة وفي نظر الآخرين: فبما أن الذات ليست مطمئنة في وجودها الخاص، فإنها ستظل تنتظر تأكيدها لنفسها من خلال البحث عن أكبر قدر من التقدير لنفسها في تكاثر اللايكات،

[1] بهناس سعيد عادل، من الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية، مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، المجلد 7، العدد 1، يناير 2016م، ص: 278.

[2] حلمي خصر ساري، التواصل الاجتماعي: الأبعاد والمبادئ والمهارات، دار كنوز المعرفة، الأردن، ط1، 2014م، ص: 103.

[3] الثورة الرقمية ثورة ثقافية، ص: 31.

وهذا هو الإحساس الذي تحيلنا عليه الذاتية الافتراضية"[1]. وتتجلّى هذه الفكرة أكثر ما تتجلّى في موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك[2]، الذي عمّق كينونة الذات الافتراضية، ووسّع خيارات إبرازها وظهورها، وقدّم كلّ التسهيلات أمام المستخدمين لبلورة اهتماماتهم والإدلاء بآرائهم ومواقفهم ضمن موجة الثقافة العلمية الرقمية الحالية، التي تنسجم مع " الخطاب السائد على الأنترنيت والشبكات الاجتماعية الذي يقيِّم دائما مفاهيم وقيما تُجلي هذه النظرة للعالم المعاصر، لنذكر هذه الفوضى: الإمكانات المعاصرة الهائلة للوسائل السمعية البصرية (كتابات، وأصوات، وصور)، ومركزية الشبكة، ومزايا المجانية، وثقافة التقاسم والتعاون، ونهاية الوساطة (تطور العلاقات الأفقية بين الأشخاص)، وإشعاع الإبداع والابتكار، وعالم الاستقلالية والحرية الشخصية"[3]. لقد صار تقديم الذّات عملية حتمية تُرافق نشاط المستخدم في هذا الموقع الافتراضي؛ فـ" طريقة التصرّف والتنظيم الشكلي للصفحات الشخصية، وأسلوب الكتابة، كلها مؤشرات تظهر ضمنيا للآخرين شخصية المتدخل، في الواقع فإن المناقشات عن طريق الشاشات تسلط دائما الضوء على عناصر شخصية لكل شخص، وذلك في إطار المؤانسة العادية، في الظل أو في الخلفية"[4]. وعليه تتأسس الكينونة الرقمية على مشيرات بارزة تكشف الذات الافتراضية ويمكن بناء عليها تشكيل انطباع وصورة عن هذه الذّات؛ إنّ "التواصل الرقمي يكون كمصدر منشئ للذات وكشكل من التميز الاجتماعي في الوقت نفسه، ولذلك تُوضع تدريجيا دينامية خاصة بالويب تُمكّن من بناء قاعدة افتراضية ذاتية، لها علاقة بالآخرين"[5].

وقد أشارت الباحثة دومينيك كاردون إلى أشكال التعبير التي تتبلور في العالم الرّقمي حينما أكّدت أن الهوية الرقمية قائمة على حركية مزدوجة تقوم على مقومين:" الدينامية الأولى تتعلق بالبوح كنشاط مسترسل للتعبير عن الذات الذي يتجلى في الحكايات الحميمية، والبحث عن علامات التميز، وإظهار إنتاجات شخصية، والدينامية الثانية تحيل إلى ابتعاد الذات وتتضح بالطريقة التي يؤدي بها مستخدمو الإنترنيت بعض الأدوار البعيدة عن قيود الواقع، فيندفعون لإقامة توصيفات وهمية أو مبالغ فيها تدفعهم إلى تغيير مظاهرهم"[6]. وهو ما يؤكّد أن الذّات الافتراضية تركن إلى توثيقِ هُويتها وعرضِها للآخرين، ضمن استراتيجية بلاغية تأثيرية قائمة على التفخيم لنيل الاستحسان والقَبول لدى جمهور المتتبعين والمعجبين، وعبر هذا الإجراء التّسويقي الذي يعمد فيه المستخدم إلى إشهار ذاته في صورة مثيرة

---

[1] أنا أوسيلفي إذن أنا موجود، ص: 87.

[2] الفيس بوك موقع "يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليقات، كل هذا يتم في عالم افتراضي، يقطع حاجز الزمن والمكان، ويعد موقع الفيس بوك واحدا من أشهر المواقع على الشبكة العالمية، ورائد التواصل الاجتماعي، وأصبح موقع الفيس بوك اليوم منبرا افتراضيا للتعبير، واتخذه الشباب اليوم بديلا للأحزاب السياسية". راجع: صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي: أسس ومفاهيم وقيم، دار الحامد، عمان، ط1، 2015م، ص: 123.

[3] الثورة الرقمية ثورة ثقافية، ص: 17–18.

[4] نفسه، ص: 63.

[5] نفسه، ص: 63.

[6] نفسه، ص: 69.

للإعجاب والتقدير تغدو "الأنا ماركة (علامة تجارية)"[1]. ويستحيل المستخدم كائنا ذا موقع سامٍ وقيمة سامقة؛ فالانغماس في الهوية الرقمية وتفاعل الآخر الافتراضي إعجابا واستحسانا وحضورا يولّد وهما لذيذا لدى الذات الافتراضية ينبئها ببلوغ مدارج الرقيّ في هرم المجتمع، فيرى "المرء نفسه نجما، إنه يصبح بطلا أيقونيا"[2] بتعبير المحللة النفسية الفرنسية إلزا غودار.

ولا شكّ أنّ هذا الانفصام الوجودي لدى الذّات الإنسانية التي تنشطر إلى ذاتين واقعية وافتراضية أن يثير قضية أخلاقية بارزة هي الصدق، فما مدى انسجام الإنسان مع ذاته؟ أو بالأحرى ما مدى تطابق الذات الواقعية والذات الافتراضية؟ لقد أشارت الباحثة الفرنسية إلزا غودار إلى هذا الانشطار الذي يعتمل في وجود الذات الإنسانية مؤكّدة الطابع المسرحي للذات الافتراضية التي تعتمد الإخراج الدّقيق لهُويتها على فضاءات العالم الافتراضي، ممّا يجعلها ذاتا مقنّعة ومزيّفة، تقول الباحثة: "ما هي طبيعة النزاهة الخاصة بأنانا الافتراضية؟ عادة ما يكون تمثل الذات التي نعرضها في النيت – وشعارها السيلفي–هو بناء، إنه عملية إخراج. ودون أن نتحدث عن "البديل" الذي يختلط أحيانا بالأنا المثالية، أو مع برامج متعددة، أهمها فوتوشوب الذي يقترح تحسين الصورة الفسيولوجية من خلال إدخال رتوشات عليها، فإن الأنا الافتراضية تتمتع بكل خصائص "السيلفي المزيف"[3]. وعلى هذا الاعتبار يمكن القول إن "الأنا الافتراضية هي أنا رقمية"[4]، لا يُقدّم الإنسان كينونته الحقيقية بقدر ما يسعى إلى صناعة ذات مثالية جديرة بأن تكسب تعاطف المجتمع الافتراضي واستحسانه وإعجابه، بل إن الفيس بوك شكّل فضاءً خصيبًا لتلميع صورة الذّات الّتي تتعرّض لانتقادات أو هجوم أو خدش؛ فالمشاهير على سبيل المثال ينتهزون هذا الفضاء لتعديل الصورة السلبية التي قوّضت مكانتهم من خلال إشاعات تسيء لهم أو فضيحة أخلاقية تهدم سمعتهم، والشأن نفسه للسياسيين الذين يحاولون " إقناع الناس بصدقية خطابهم وصدق نيتهم، فيبنون صورة نزيهة في الشبكات الاجتماعية، يفعلون ذلك بكل شفافية، فوراء هذه النزاهة المفرطة المعلن عنها يختفي فعل للتواصل لا غاية منه سوى إقناع وتلميع الصورة الافتراضية للسياسي"[5]، ومن ثمّ فإن الذّات الافتراضية تستثمر هذا الوسيط الاستراتيجي في تقويض التمثلات الجاهزة السلبية التي ترسّخ انطباعات سلبية عنها، وتحاول السعي إلى طمسها وإعادة صياغة صورة بديلة إيجابية ومثالية تنسجم مع القيم المتفق عليها في المجتمع الافتراضي، حتى تتمكّن من الحفاظ عن موقعها وهيبتها في الوجود الرّقمي.

ولعل التأمّل في حضور الذّات الافتراضية في صفحات الفيس بوك أن يكشف لنا بروز ذات ناقدة فاحصة تترصّد الوقائع والأحداث وتتوقّف عندها تحليلًا ونقدًا وتعليقًا حينًا، وسخريةً وتهكّمًا حينا آخر، والملاحظ

---

[1] أنا أوسيلفي إذن أنا موجود، ص: 78–79.
[2] نفسه، ص: 79.
[3] نفسه، ص: 103.
[4] نفسه، ص: 107.
[5] نفسه، ص: 103.

أن هذه الدّينامية التّفاعلية لا تقتصر على مجال واختصاص محدّدين بقدر ما يرافق كلّ الوقائع المثيرة باختلاف مجالاتها؛ فعلى سبيل المثال إذا كانت الجهات الرّسمية تشير إلى أرقام هزيلة في المشاركة السياسية للمواطنين المغاربة وتسجل نسبة ضعيفة في الواقع، فإن المواطنين الافتراضيين يجسّدون اهتماما سياسيا منقطع النّظير، ويمكن استشفاف هذا الاهتمام من خلال معطيات متنوعة، كانخراط الذات الافتراضية في انتقاد تصريحات السياسيين، أو اقتطاع فيديوهات لهم والسخرية منها، وتحليل مواقف الأحزاب والسياسيين، ونشر صور للبنيات التحتية الهشة وربطها بتقاعس المجالس الجماعية المختصة، وتفكيك الخطاب السّياسي، وغيرها من المؤشرات...، بل ويتجاوز هذا الاهتمام الوطنَ، إلى تتبّع وقائع السياسة في الدّول الأخرى والتفاعل معها. والسّمة نفسها تنطبق على المجال الدّيني، إذ لا تتورّع الذات الافتراضية عن خوض غمار القضايا الدّينية والإعراب عن "فتاويها" ومناقشة أحكام الشريعة وما يتّصل بها، والشأن نفسه في المجال الرّياضي والتعليمي وغيرهما. إنّنا أمام ذاتٍ افتراضية تحاول تأكيد صورة نموذجية، صورة الذات المثقّفة الواعية التي تمتلك أدوات المعرفة والتحليل وقراءة الواقع، وليس غريبًا أن تعضّد الذات الافتراضية هذه الصورة الإيجابية بتقمّص قناع الثقافة وحبّ القراءة عن طريق مشاركة صور الكتب المرفقة بكوب القهوة، أو اقتباس أقوال الشعراء والمفكرين عن القراءة وأهميتها. وتتقوّى الصورة النّموذجية كذلك بانبثاق ذات افتراضية "مناضلة" تنذر وجودها الافتراضي للدّفاع عن المظلومين وانتقاد أجهزة الحكومة ومؤسساتها، ولعب دور المحامي، وذلك عبر إعرابها عن تضامنها مع صحفي معتقل على سبيل المثال، أو مشاركة أنشطة نضالية كالوقفات احتجاجية أو اقتباس أقوال المفكرين والمناضلين...إلخ

إنَّ تماهي الذّات الافتراضية مع مُجريات الفيس بوك ووقائعه وسيولته المعلوماتية، وتبنّي القيم الجمعية والمواقف المتّفق عليها في هذا الفضاء، هو قانون طبيعي تفرضه خصوصية المجتمع الافتراضي؛ فـ" كل منبر يقترح شكلا من الظهور الخاص، فيعطي الفرصة لكل شخص لإبراز هويته الرقمية على سجلات مختلفة"[1]. ومادام الغرض الأساس هو تحقيق الذّات والإحساس بوهم الإنسان الفاعل النّاجح النّموذجي الذي يتولّد لدى الذّات المتكلّمة الافتراضية، فإنَّ كلّ هذا لا يتحقّق إلا عبر تشييد إيتوس رقمي أو هُويّة افتراضية تتواءم مع تقاليد المجتمع الافتراضي وأعرافه وإيديولوجياته، وقد أكّد هذا أحد الباحثين قائلا: "الإنسان المعاصر يسعى إلى التمتع باللحظة، ويبحث عن الرفاهية بشكل فوري وعن تحقيق الذات، ويعطي الأولوية لذاته مع البحث في الوقت نفسه عن اعتراف الآخر عن طريق الصورة الجميلة التي يبثها عن نفسه. فمسرحة الحياة اليومية من خلال الأنا الفاعلة توجد في الواقع وفق درجات متفاوتة من خلال تصرف بعض المتصفحين الظاهرين على الشبكات الاجتماعية"[2]. ومن شأن هذه الخصوصية أن تؤكّد تناقض الذات الواقعية مع الذات الافتراضية، فـ "الويب هي في الواقع عالم التخفي والاستعارة،

[1] الثورة الرقمية ثورة ثقافية، ص: 69.

[2] نفسه، ص: 72.

والصور الرمزية، حيث لا نعرف دائما هوية المرسل أو أصالة المحتوى، وذلك وفق قول مغالي بوسون:" ما أُسمعه ليس صوتي، لكنه صوت بمقتضى المسافة بيني وبينك"، وهذا دليل على أن التبادلات فيها غالبا ما تكون زائفة"[1]. ممّا يجعلنا نقر مع أحد الباحثين أن " تقديم الذات على الويب عملية استراتيجية أكثر مما نتوقع من أول وهلة ويدل على تعقيد حقيقي في الإجراءات الراهنة"[2].

لقد شكّل الفيس بوك بوصفه وسيطة من وسائط التواصل الاجتماعي مجالا رحبًا لصناعة ذات افتراضية موازية للذات الإنسانية الواقعية ومنافية لها، حيث يسعى المتفاعل داخل هذه المنظومة الرقمية إلى تأكيد هُويّة مثالية تنتقي أسسها ومقوماتها من القيم الإيجابية المشتركة التي يُقدّسها المجتمع الرّقمي، وضمن هذا الإطار يمكن القول إن تأكيد هذه الهُوية هو بتعبير آخر، يلخّصه قول المتفاعل المضمر:" أنا من ترونه في الصورة، فلا تحاولوا النظر إلي بطريقة أخرى غير الصورة التي أعرضها عليكم"[3]، وهذا ما أكّدته مرحلة "السِّلْفِي" التي "أعلنت ظهور كيان جديد يمكن ردّه إلى "ذات افتراضية" موطنها الأصلي ومثواها هو مساحات في فضاء أفقي لا يتسع سوى للحظة ضمن المباشر المتّصل"[4]، وعلى الرّغم من أنَّ "السِّلفي" يوحي إلى أن الذات الافتراضية تعرض ذاتها عرضًا حقيقيًّا واقعيًّا إلا أنّ التأمل في عمق هذه العملية يكشف تورّطها في التخفّي والتستّر، والتعديل والإضافة، والمصانعة والتّكلّف، ومن ثمّ فهذه "صور لن تكون أبدا صورا حقيقية، لأن برمجيات التحسين والتصحيح وإضافة اللمسات مودعة في الآلة الفوتوغرافية نفسها"[5].

ولكلّ هذه الاعتبارات التي سبق تحليلها والوقوف عندها، يمكن عدّ الفيس بوك "مسرحًا كبيرا للوهم: هناك صداقات حقيقية، ولكن الكثير منها مزيف، تتعدد المعلومات، ولكنها ليست مؤكدة... فهذه الشبكة لا تسهم في الإعلاء من شأن حقيقة الروابط الإنسانية"[6]، ومن ثمَّ لا تسعى الذاتُ الافتراضيَّةُ إلى كشفِ حقيقتها الوجودية، بقدر ما تنزع إلى المثالية وتتقمّصُ الصِّفاتِ الإنسانيَّةَ السّامية، وتتبنّى القيم الأخلاقية الرفيعة، حتى تستميل الآخرين وتحصد إعجابهم واستحسانهم، وبما أنَّ "الويب تعزز ما يسمى بالرغبة في عرض الذات، التي تعني العملية التي بمقتضاها تخضع أجزاء من ذات الفرد لنظرة الآخرين من أجل المصادقة عليها"[7]، فإنَّ الفيس بوك استطاع أن يجعل "من الإنسان العادي رجلا خارقًا".

---

[1] الثورة الرقمية ثورة ثقافية، ص: 74.

[2] نفسه، ص: 68.

[3] إلزا غودار، أنا أوسيلفي إذن أنا موجود، ص: 133.

[4] نفسه، ص: 14.

[5] نفسه، ص: 63.

[6] نفسه، ص:44.

[7] الثورة الرقمية ثورة ثقافية، ص: 74.

خاتمة:

لقد حاولت هذه الدّراسة تتبّع صورة الذّات الافتراضية وافتحاص تجلّياتها وسمات تفاعلاتها، انطلاقا من منظور بلاغي يرى في نحتِ الهُوية بُعدًا وظيفيّا حجاجيا يروم التأثير والاستمالة، وهو ما جعلنا نتحدّث عن "إيتوس رقمي"، حيث ترسم الذّاتُ الافتراضية صورة ناصعة ومثالية وإيجابية على صفحات الفيس بوك، صورة قائمة على المثُل الفُضلى والقيم الرّاقية والصّفات الإنسانية النّبيلة، فتنسلخ من حقيقتها الوجودية لتتقمّص هذه الكينونية الملائكية، تحقيقًا للرغبة في إبراز الذّات، والإحساس بالرضى والتّقدير، وحصد الإعجاب والاستحسان. وعبر هذا الإجراء تنبثق في ثنايا الفضاء الأزرق سمات الذات الافتراضية وقد أشرنا إلى بعضها كالذّات المثقّفة القارئة والذّات المناضلة والذّات الناقدة والذات الإنسانية التي تؤمن بالقيم الكونية.

قائمة المراجع:

1– المراجع العربية:

- أرسطو (2008م)، **<u>الخطابة</u>**، ترجمة: عبد القادر قنيني، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء.
- أرسطوطاليس (1979م)، **<u>الخطابة</u>**، ترجمة وتحقيق: عبد الرحمان بدوي، وكالة المطبوعات (الكويت) ودار القلم (بيروت).
- إلزا غودار (2019م)، **<u>أنا أوسيلفي إذن أنا موجود</u>**، ط1، ترجمة: سعيد بنكراد، المركز الثقافي للكتاب– الدار البيضاء.
- حاتم عبيد (2013م)، **<u>في تحليل الخطاب</u>**، ط1، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، الأردن.
- الحسين بنو هاشم (2014م)، **<u>بلاغة الحجاج: الأصول اليونانية</u>**، ط1، دار الكتاب الجديد، بيروت.
- حلمي خصر ساري (2014م)، **<u>التواصل الاجتماعي: الأبعاد والمبادئ والمهارات</u>**، دار كنوز المعرفة، الأردن.
- حمادي صمود (إشراف):**<u>أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم</u>**، جامعة الآداب والفنون والعلوم الإنسانية، كلية الآداب بمنوبة، تونس.
- دارن بارني (2015م)، **<u>المجتمع الشبكي</u>**، ط1، ترجمة: أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، قطر.
- دومينيك مانغونو (2016م)، **<u>مشكلات الحجاج بواسطة الإيتوس، من البلاغة إلى تحليل الخطاب</u>**، ترجمة: حسن المودن، ضمن كتاب جماعي:" التحليل الحجاجي للخطاب"، ط1، إشراف: أحمد قادم وسعيد العوادي، دار كنوز المعرفة، الأردن.
- ريمي ريفيل (2018م)، **<u>الثورة الرقمية ثورة ثقافية</u>**، ترجمة: سعيد بلمبخوت، مراجعة: الزواوي بغورة، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب–الكويت، العدد 462.

- صالح العلي (2015م)، **مهارات التواصل الاجتماعي: أسس ومفاهيم وقيم**، ط1، دار الحامد، عمان.
- غوستاف لوبون (1991م)، **سيكولوجيا الجماهير**، ط1، ترجمة: هاشم صالح، دار الساقي، بيروت- لبنان.
- محمد مشبال (2017م)، **في بلاغة الحجاج: نحو مقاربة بلاغية حجاجية لتحليل الخطابات**، ط1، دار كنوز المعرفة، الأردن.

2- الدّراسات:

- بهناس سعيد عادل (2016م)، **من الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية**، مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، المجلد 7، العدد 1.

3- المراجع الأجنبيّة:

- Ruth Amossy, **L'argumentation dans le** discours, Nathan Université, 2000.
- Sam Browse, **Cognitive Rhetoric**, The cognitive poetics of political discourse, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam, 2018.

التنمر الإلكتروني وأثره النفسي والاجتماعي

دراسة ميدانية على عينة من طالبات المرحلة الجامعية بالخرطوم

Cyberbullying and Its Psychological and Social Impacts

A study Field on a sample of female university students in Khartoum.

د. آدم أحمد آدم

أستاذ الإعلام والاتصال المساعد -جامعة أم درمان الأهلية -السودان

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم التنمر الإلكتروني وأشكاله وأسباب انتشاره بين الطالبات الجامعيات، والآثار النفسية والاجتماعية المترتبة عليه، كما هدفت إلى التعرف على طرق الوقاية منه، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي عن طريق المسح بالعينة واستخدمت الاستبانة كأداة لها، خرجت الدراسة بالعديد من النتائج منها: يتضح من خلال الدراسة أن أكثر الفئات ممارسة للتنمر الإلكتروني على الطالبات هي فئات الأقارب وزملاء الدراسة والأصدقاء، كما يُعد التحرش اللفظي والبصري من أكثر أشكال التنمر الإلكتروني انتشاراً ونسبة كبيرة من المبحوثات تعرضن لهذا الشكل من أشكال التنمر الإلكتروني، ومن نتائج الدراسة أيضاً أن من أهم الأسباب التي تجعل من الشخص متنمراً هي الشعور بعد القيمة لدى الآخرين وتدني تقدير الذات والاضطرابات الأسرية والنفسية وكذلك عندما يكون المتنمر نفسه ضحية للتنمر.

الكلمات المفتاحية: تنمر إلكتروني، أثر نفسي، أثر اجتماعي، طالبات.

Abstract:

The study aims at identifying the concept of cyberbullying and its various types besides its spreading among female students at universities as well as its psychological and social impacts. The study aims at identifying ways of prevention from cyberbullying. The study adopts the descriptive method through a sample survey besides, uses a questionnaire as a tool for data collection. The study has come up with several results, such as: the study reveals that the most categories that practice cyberbullying against female students, are relatives, colleagues, and friends. Verbal and visual harassment are the most common deployed types of cyberbullying, a bulk of the study population exposed to these types of cyberbullying. The study also shows that the most important reasons that make a person bully, are the feeling of worthless, self-underestimation, psychological and family disorders and when the bully was a victim of bullying.

Key words: cyberbullying, psychological impact, social impact, female students.

المقدمة:

يُعد التطور الكبير والمتسارع في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من أهم الأشياء التي غيرت طريقة حياتنا وتفاعلنا مع المجتمع، حيث أصبح معظم الناس يمتلكون هواتف رقمية متصلة بالإنترنت وبها تطبيقات اتصالية وتواصلية كمواقع التواصل الاجتماعي ومع اختلاف طبيعة استخدام أفراد المجتمع لهذه التطبيقات والمواقع ظهرت العديد من الظواهر الايجابية والسلبية، ويُعد التنمر من المشكلات السلوكية التي توجد في كل المجتمعات وتنتشر بصورة كبيرة بين المراهقين والأطفال أما التنمر الإلكتروني فهو أحد أشكال التنمر وهو من أهم وأخطر الظواهر السلبية المرتبطة باستخدام تكنلوجيا الاتصال والمعلومات.

لم تكن ظاهر التنمر محط اهتمام الباحثين حتى وقت قريب، فقد بدأ الاهتمام البحثي بدراسة هذه الظاهرة في الدول الاسكندفانية عندما قامت السلطات التعليمية فيها بدراسات استكشافية كثيرة حول التنمر في المدارس في بيرجن بالنرويج منذ عام 1983 واستمرت لمدة عامين والنصف عام قامت خلالها بضبط حوالي (2500) طالب متهمين بالتنمر، وقامت بعدها النرويج بترتيب حملات مقاومة لمنع التنمر على مستوى جميع المدارس الابتدائية والثانوية.[1]

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة للتعرف على مفهوم التنمر الإلكتروني وأشكاله وأسباب انتشاره بين الطالبات الجامعيات، وما هي الآثار النفسية والاجتماعية المترتبة على ظاهرة التنمر الإلكتروني وسط الطالبات، كما تهدف الدراسة إلى التعرف على طرق الوقاية من التنمر الإلكتروني.

منهجية الدراسة:

هذه الدراسة هي دراسة وصفية والمنهج هو المسح بالعينة بهدف قياس التأثيرات النفسية والاجتماعية للتنمر الإلكتروني على الطالبات.

تساؤلات الدراسة:

1 –ما مفهوم التنمر الإلكتروني؟

2 –ما أشكال وأنماط التنمر الإلكتروني؟

3 –ما حجم انتشار ظاهرة التنمر الإلكتروني وسط طالبات المرحلة الجامعية بالخرطوم؟

4 –ما الأسباب التي تدفع الأشخاص للتنمر على الآخرين؟

5 –ما طرق الوقاية والحد من ظاهرة التنمر الإلكتروني؟

مصطلحات الدراسة:

التنمر: شكل من أشكال الإساءة للآخرين، ويحدث عندما يستخدم فرد أو مجموعة (متنمر أو متنمرون) قوتهم في الاعتداء على فرد أو مجموعة (ضحية أو ضحايا) بأشكال مختلفة منها ما هو جسدي، أو

---

[1] – نورة سعد سلطان القحطانى: مدى الوعى بالتنمر لدى معلمات المرحلة الإبتدائية وواقع الإجراءات المتبعة لمنعه فى المدارس الحكومية بمدينة الرياض من وجهة نظرهن، دراسات عربية فى التربية وعلم النفس، العدد 58، 2015، ص: 80

لفظي، أو نفسي، أو جنسي، أو إلكتروني، وله خصائص ثلاثة هي أنه: أذى مقصود، أذى متكرر، عدم التوازن بين المتنمر والضحية.[1]

التنمر الإلكتروني: يعرف بفي وديان التنمر الإلكتروني بأنه مضايقات وتحرشات عن بعد باستخدام وسائل الاتصال الإلكتروني من طرف متنمر يقصد بها ايجاد جو نفسي لدى الضحية يتسم بالتهديد والقلق.[2]

التعريف الإجرائي للتنمر الإلكتروني: يعرف الباحث التنمر الإلكتروني إجرائياً بأنه أي سلوك مقصود ومتكرر موجه نحو طالبات المرحلة الجامعية باستخدام وسائل الاتصال الإلكتروني بهدف إلحاق الضرر النفسي أو الاجتماعي بهن.

مفهوم التنمر الإلكتروني: يشير مفهوم التنمر الإلكتروني إلى جميع السلوكيات الغير مرغوب فيها والتي تلحق الضرر بالآخرين سواء كان ضرراً نفسياً أو جسدياً أو اجتماعياً وذلك باستخدام تقنيات الاتصال الرقمية الحديثة مثل الهاتف المحمول وأجهزة الحاسوب وتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، كما يشار إليه أحياناً بالمطاردة الإلكترونية أو التحرش الإلكتروني القائم على ايذاء الآخرين ومحاولة سرقة هوياتهم ونشر معلومات عنهم بهدف التحرش كما يشمل محاولة طلب الأطفال القصر لممارسة الجنس وخلافه، وتتمثل خطورة التنمر الإلكتروني في أن الفاعل (المتنمر) غير معروف للضحية بالإضافة إلى معرفة المتنمر لمعلومات مسبقة في بعض الأحيان عن الضحية لأن المعلومات تكون متوفرة على شبكة الإنترنت وتنتشر انتشاراً واسعاً وتتجاوز خطورة التنمر الإلكتروني خطورة التنمر التقليدي.

هناك العديد من التعريفات لمفهوم التنمر الإلكتروني فهو نوع من المضايقة أو التسلط عبر الإنترنت من خلال الرسائل الفورية والبريد الإلكتروني وغرف الدردشة أو مواقع الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك وتويتر لمضايقة أو تهديد أو تخويف شخص ما.[3]

يعرف التنمر الإلكتروني أيضاً بأنه: فعل عدواني متعمد من فرد أو مجموعة أفراد باستخدام وسائل الاتصال الإلكترونية بشكل متكرر ضد الضحية لأذى لا يستطيع ان يدافع عن نفسه.[4]

ويعد (بل بيلسي) أول من صاغ وعرف مصطلح التنمر الإلكتروني على أنه استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات لدعم سلوك متعمد ومتكرر وعدائي من قبل فرد أو مجموعة والتي تهدف إلى إيذاء أشخاص آخرين.[1]

---

[1] – هالة خير سناري إسماعيل: بعض المتغيرات النفسية لدى ضحيا التنمر المدرسي في المرحلة الابتدائية، مجلة الدراسات التربوية والاجتماعية –كلية التربية –جامعة جنوب الوادي، مجلد (16) عدد (2)، مصر، 2010، ص: 493

[2] - Buffy، F & Dianne, O. Cyberbullying: A literature Review. Paper presented at the Annual Meeting of the Louisiana Education Research Association Lafayette. 2009.

[3] – عبد العزيز عبد الكريم المصطفى: دوافع التنمر الإلكتروني لدى أطفال المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية –مجلة العلوم التربوية والنفسية –مركز النشر العلمي، جامعة البحرين –العدد (3) المجلد (18)، البحرين، 2017، ص: 247

[4] - Smith, Mahdavi, Carvalho, Fisher, Russell & Neil , 2008. P376

كما يعرف التنمر الإلكتروني بأنه أحد أنماط التنمر التقليدي وأكثرها تطوراً من خلال الوسائل الحديثة كالإنترنت والتليفون المحمول، حيث يمكن استخدامهم في إرسال الرسائل غير المرغوبة، أو نشر الشائعات على صفحات الإنترنت.[2]

أشكال التنمر الإلكتروني:

أولاً: التنمر الجسدي: التنمر الجسدي من أكثر أنواع التنمر شيوعاً وأسهلها لأنه مرتبط بإيذاء الضحية جسدياً، كما أن عملية اكتشافه سهلة باعتبار أن آثاره تكون ظاهرة على جسد الضحية.

ويعد التنمر البدني أقل شيوعاً بين الإناث اللاتي يستخدمن بالمثل وسائل كثيرة غير مباشرة وغير واضحة من المضايقة مثل الاستبعاد المتعمد لشخص ما من المجموعة وإثارة الشائعات والسيطرة على علاقات الصداقة، ومن المؤكد أن هذه الأشكال من التنمر من الممكن أن تكون ضارة وضاغطة مثل كثير من الأشكال المباشرة والصريحة للتنمر.[3]

ثانياً التنمر اللفظي: يُعد هذا الشكل من أشكال التنمر أكثر خطورة وضرراً على الضحية لأنه تنمر غير مادي ولا يخلف آثاراً مادية ولكن آثاره المعنوية كبيرة، ويستخدم هذا الشكل عدة أساليب من الشائعات والانتقاد والسخرية من الآخرين والتقليل من شأنهم إلى التنمر العرقي أو المتعلق بالجنس والإعاقة الجسدية أو الوضع الاجتماعي وغيرها من وهو من أكثر الأشكال شيوعاً وسط الفتيات.

ثالثاً: التنمر الجنسي: تناولت دراسة "يونج" وزملائه **(Young, Heath, Ashbaker & Smith, 2008)** تصورات معلمي المدارس الخاصة إزاء انتشار التنمر الجنسي بين الطلاب، وذكر ما يقرب من 92% من أفراد العينة أنهم لاحظوا حوادث تنمر جنسي بين طالب وآخر وسلوكيات موحية بالجنس، وتبين أن الذكور أكثر تنمراً من الإناث، ولكن تبين أن الذكور والإناث متساوون على مقياس ضحايا التنمر الجنسي، وأقر 82% بوجود تدخل المسؤولين لوقف التنمر عليهم.

رابعاً: التنمر العنصري: وهذا النوع من التنمر يكون بدافع الكراهية والتحيز تجاه شخص أو مجموعة وتتضمن الاستهزاء والسخرية من عرق أو سلالة معينة، أو من دين معين أو قومية معينة، وقد يكون هناك تحيز لجنس معين عن الآخر وقد يكون هذا التنمر موجهاً نحو ذوي الاحتياجات الخاصة، فالضحايا لا يشعرون فقط بأنهم عرضة للهجوم بل يرون أيضاً أن عرقهم وجنسهم يكون مستهدفاً. ويختلف التنمر العنصري من مجتمع إلى آخر، وأوضحت الدراسات أن أطفال الأقليات غالباً يكونون عرضة للتنمر.[4]

---

[1] – طه عبد العظيم حسين: سيكولوجية العنف العائلي والمدرسي – دار الجامعة الجديدة – الإسكندرية – مصر، 2007، ص: 51

[2] ثناء هاشم محمد: واقع ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى طلاب المرحلة الثانوية في محافظة الفيوم وسبل مواجهتها –مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية –العدد الثاني عشر –الجزء الثاني، مصر، 2019، ص: 197

[3] – مسعد الرفاعي أبو الديار: سيكولوجية التنمر بين النظرية والعلاج –مكتبة الكويت الوطنية –الكويت، 2012، ط2، ص: 57

[4] طه عبد العظيم حسين: سيكولوجية العنف العائلي والمدرسي، مرجع سابق، ص: 53

خامساً: التنمر الإلكتروني: يُعد التنمر الإلكتروني أو التنمر عبر الإنترنت واحداً من أشكال التنمر وأكثرها انتشاراً وشيوعاً وهو لا يحدث وجهاً لوجه وإنما عن طريق استغلال شبكة الإنترنت وتقنياتها بهدف إيذاء الآخرين بصورة متكررة، ويحدث التنمر الإلكتروني عن طريق استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنصات الألعاب الإلكترونية وكافة تطبيقات الهواتف المحمولة ويمكن أن يكون في شكل نشر رسائل محرجة أو سيئة للضحية، وتتجاوز خطورة التنمر الإلكتروني خطورة التنمر التقليدي لأن المتنمر لا يكون معروفاً في كثير من الأحيان هذا بالإضافة إلى أن المادة التي تستخدم في التنمر الإلكتروني عادة ما تكون متوفرة بشكل كبير على شبكة الإنترنت وتنتشر بصورة واسعة لا يمكن السيطرة عليها.

ويطلق البعض على التنمر الإلكتروني إثم المطاردة الإلكترونية التي تتمثل في تشويه السمعة عن طريق نشر الشائعات أو الكشف عن المعلومات الشخصية للضحية، ويقوم بعض المتنمرين بانتحال شخصية الضحية وإنشاء حسابات مزيفة لنشر معلومات تضر بالضحية.

يمكن تقسيم التنمر الإلكتروني إلى نوعين:

1 –تنمر إلكتروني مباشر، وفيه يتم توجيه رسائل التنمر بشكل مباشر من المتنمر إلى الضحية سواء على الهاتف المحمول الخاص بالضحية، أو بالتعليق والنشر على مواقع الحسابات الخاصة بالضحية على الانترنت.[1]

2 – تنمر إلكتروني غير مباشر: حيث يتم توجيه رسائل التنمر إلى أجهزة المحمول الخاصة بأصدقاء وأقارب الضحية أو بالنشر على حسابات الأصدقاء، أو بالنشر والتعليق على حسابات المتنمر؛ وهنا يكون التخلص من المادة التنمرية وإزالتها أو حذفها أكثر صعوبة على الضحية لعدم تحكمه في حسابات المتنمر أو حتى حسابات الآخرين.[2]

وقد حدد سميث وآخرون عدة أساليب تكنولوجية للتنمر الإلكتروني وهي كما يلي:

أ –المكالمات الهاتفية: ويقصد بها المكالمات الصوتية عبر الهاتف أو الويب وتستهدف ترويع الضحية من خلال السب والقذف والتهديد.

ب –الرسائل النصية: وغالباً ما تتضمن التهديد بإفشاء الأسرار أو افتعال الفضائح أو عبارات السب أو محاولات الابتزاز مقابل عدم تكرار التهديد.

ج –الصور ومقاطع الفيديو: وفيها يقوم المتنمر إلكترونيًا بالاستيلاء على الصور أو مقاطع الفيديو الشخصية التي قد يتداولها الضحية من أصدقائه عبر الانترنت دون التنبيه لإمكانية تعرض حسابه لقرصنه إلكترونية.

---

[1] – محمود كامل محمد كامل: التنمر الإلكتروني وتقدير الذات لدى عينة من الطلاب المراهقين الصم وضعاف السمع، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة طنطا، مصر 2018، ص: 29

[2] – نفس المرجع السابق، ص: 30

د –البريد الإلكتروني: حيث يدخل المتنمر على الرابط الخاص بالضحية ويتمكن من الاستيلاء على البريد الالكتروني الخاص بها، ويطلع على الرسائل الشخصية والبيانات والمحادثات الخاصة بالضحية، وقد يجري بعض الإجراءات المخلة بالآداب العامة التي توقع الضحية في الحرج والعديد من المشكلات الاجتماعية.

ه –غرف الدردشة عبر الويب: وفيها يقوم المتنمر بالتحدث مباشرة إلى الضحية من حساب مزيف عبر الويب ويحاول أن يوقع بها الأذى أو القرصنة على حسابها الشخصي، ويقوم بنشر صور شخصية أو روابط مواقع إباحية.

و –روابط الويب الخداعية: حيث يقوم المتنمر بنشر خبر لافت للانتباه وبمجرد دخول الضحية عليه يتمكن المتنمر من نشر أخبار وصور غير لائقة على صفحة.[1]

والآن أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر والأنستغرام وغيرها من المواقع من أكثر الأماكن التي يستخدمها المتنمرون للإيقاع بضحاياهم، ومع الانتشار الهائل لهذه المواقع واستخدامها بصورة كبيرة أصبحت تشكل أماكن خصبة للمضايقات الإلكترونية خاصة أنها تسهل من عملية رصد الضحية والوصول إليه في أي وقت وفي اي مكان.

أسباب انتشار ظاهرة التنمر الإلكتروني:

أولاً: أسباب متعلقة بالتنشئة الاجتماعية:

تقف العوامل الأسرية في مقدمة المؤثرات التي تسهم في تشكيل الثقافة العامة للأفراد، إذ تؤثر في ممارساتهم وسلوكياتهم تجاه البيئة المحيطة بهم، وهو ما يتصل بشدة بظاهرة التنمر، سواء كان الفرد جانياً أم مجنياً عليه. فالأطفال والمراهقون الذين يعيشون في سياقات منزلية تتسم بالعنف والصراع ويتم معاملتهم على نحو سيء يزداد احتمال تعرضهم للتنمر، وأيضاً حياة المراهقين مع والدين يعانون من اضطرابات على أي مستوى، قد يؤدي إلى تعرضهم للتنمر، كما تشير العديد من الدراسات فإن غالبية ضحايا التنمر إنما هم ضحايا منزلهم قبل كل شيء، إذ ينحدرون من أسر تعاني صعوبات في العلاقة بين الآباء والأبناء بالإضافة إلى صعوبات اجتماعية ومالية، وغالّبا ما ينحدر التلاميذ المتنمرون من عائلات تفتقر إلى الدفء والحنان والنظام في المنزل، وتعاني من صعوبة في مشاركة أحاسيسهم مع الآخرين. كما أنهم غير مقربين من بعضهم بعضاً بالإضافة إلى أن أولياء أمور الطلاب المتنمرين نادراً ما يضبطون أولادهم أو يراقبونهم، ويمارسون أساليب قاسية وعقابية لضبط أبنائهم، وتسهم التنشئة الأسرية في زيادة نسب العنف والتنمر بين أفراد المجتمع، وبخاصة الطلاب في المدارس؛ إذ يرتبط ذلك بطرق التربية مثل عدم الاتفاق على أسلوب معين في الثواب والعقاب بين الوالدين؛ مما يؤدي إلى الاختلاف

[1] – أحمد حسن محمود الليثي وعمر ومحمد محمد أحمد درويش: فاعلية بيئة تعلم معرفي/ سلوكي قائمة على المفضلات الاجتماعية في تنمية استراتيجيات مواجهة التنمر الالكتروني لطلاب المرحلة الثانوية، مجلة العلوم التربوية العدد الرابع (ج ١) كلية التربية، جامعة حلوان، مصر، 2017، ص: 206

على القوانين في المنزل وهو ما يسهم في زيادة نسبة التنمر فيما بينهم. ومع ظهور التكنولوجيا على نطاق واسع في المجتمع تفاعلت مع تلك الإشكاليات المرتبطة بأنماط التربية، فأصبح اللجوء للعالم الافتراضي متنفساً للتعبير عن الكبت الداخلي وتفريغ الطاقات السلبية المتراكمة الناجمة عن المشكلات العائلية.[1]

ثانياً: أسباب متعلقة بالبيئة الدراسية:

تُعد البيئة الدراسية واحدة من الأماكن التي ينتشر فيها التنمر الإلكتروني بصورة كبيرة ومع تطور أساليب التدريس وغياب سيطرة المعلم على الطلاب ازدادت ظاهرة التنمر بصورة كبيرة، كما أن اختزال العملية التدريسية في الجوانب الأكاديمية فقط واهمال الأنشطة اللاصفية يُسهم بصورة كبيرة في ازدياد الظاهرة، فعدم توفر أنشطة إضافية غير الجوانب الأكاديمية يؤدي إلى كبت الطلاب وميلهم للعنف لإفراغ طاقاتهم بصورة أو بأخرى، لذا لابد من اهتمام المؤسسات الأكاديمية بالأنشطة غير الدراسية مثل الرياضة والبرامج الثقافية والفنية التي تسمح للطلاب بإخراج ابداعاتهم فيها.

ثالثاً: أسباب متعلقة بجماعة الأصدقاء:

تشكل جماعات الأصدقاء أدوراً مهمة في تشكيل سلوكيات أفرادها، وحسب نوع وسلوكيات الأصدقاء يصبح للفرد بمرور الوقت ميول للقيام بسلوك معين، هذه التفاعلات الاجتماعية بين الأصدقاء يمكن أن تكون في شكل عنف جسدي أو لفظي أو اجتماعي، كما أنها قد تنتقل من الواقع الفعلي إلى الواقع الإفتراضي من خلال التنمر الإلكتروني على الآخرين.

رابعاً: أسباب متعلقة بانتشار تكنولوجيا الاتصال:

مع توفر التكنولوجيا التي أصبحت في متناول معظم الناس انتشرت العديد من البرامج والألعاب الإلكترونية التي تتسم بالعنف مما يؤدي إلى إدمان المراهقين لهذه الألعاب وبالتالي تؤثر على سلوكهم، أيضاً انتشرت برامج العنف من خلال التلفزيون ومواقع الإنترنت كاليوتيوب وخلافه وأسهم هذا الأمر في زيادة النزعة العدوانية بين الأطفال والمراهقين وحتى الكبار في بعض الأحيان وأصبح الجميع يمارس حياته وسط المجتمع الذي يعيش فيه بنفس هذه الكيفية.

النظريات المفسرة للتنمر:

أ – **النظرية الاجتماعية المعرفية:** قدم "باندورا" وجهة نظر حديثة في السلوك الإنساني بصفه عامة تعرف بالنظرية الاجتماعية المعرفية Social Cognitive Theory وتلك النظرية باختصار تقترح أن السلوك الإنساني والشروط البيئية والعوامل المعرفية أو الشخصية تتفاعل مع بعضها البعض بأساليب معقدة باعتبارها محددات كل منها للآخر، ومن أهم إنجازات "باندورا" هو تحديده لمفهوم الكفاءة الذاتية Self–efficacy كمفهوم معرفي نفسي يساهم كثيراً في تفسير طرق تفكير الافراد وأساليب تعاملهم مع

[1] – دراسة خاصة: التنمر الإلكتروني قراءة في الأسباب والحلول، مركز سمت للدراسات، يوليو 2020، ص: 5–6

معطيات البيئة المحيطة، وأدخل مع هذا التصور حول الكفاءة الذاتية مفهوم التوقع Expectation الذي يلعب دوراً مؤثراً في تحديد درجة إقبال الفرد على الفعل.[1]

ب – النظرية السلوكية: ينصب اهتمام هذه النظرية على السلوك الإنساني وقوانينه المختلفة، وسلوك التنمر من شأنه شأن أي سلوك يكسبه الفرد من البيئة المحيطة وفقًا لقوانين التعلم، حيث ترى النظرية السلوكية أن المتنمر يعزز سلوكه من قبل الأفراج المحيطين به مثل الزملاء والأصدقاء وإحرازه درجة النجومية بين زملائه؛ مما يجعله يشعر بأنه مختلف ومتميز، كما أن حصول المتنمر على ما يرديه يمثل تعزيزًا بحد ذاته وهذا يدفعه لإنشاء وبناء مواقف تنمريه في الاعتداء على الأفراد المحيطين به من زملائه وقلما كان يواجه عقابًا من الأسرة أو من المدرسية وإنما يترك يمارس أفكاره واعتدائه الجسمي.[2]

ج –نظرية التعلم الاجتماعي: لا تقل نظرية التعلم الاجتماعي أهمية عن غيرها من النظريات التي تناولت السلوك التنمري بالدراسة والبحث ويعتبر باندروا هو المؤسس الحقيق لنظرية التعلم الاجتماعي، حيث تقوم هذه النظرية على ثلاثة أبعاد رئيسية: نشأة جذور التنمر بأسلوب التعلم والملاحظة والتقيد، الدافع الخارجي على التنمر، تعزيز التنمر.[3]

وتفترض نظرية التعلم الاجتماعي أن السلوك التنمري لا يتشكل فقط بواسطة التقليد والملاحظة ولكن أيضًا بوجود التعزيز، وأن تعلم السلوك التنمري عملية يغلب عليها الجزء أو المكافأة التي تلعب دورًا مهمًا في اختيار الاستجابة للتنمر وتعزيزها، حتى تصبح عادة يلجأ إليها الفرد في أغلب مواقف الإحباط وقد يكون التعزيز خارجي مادي مثل إشباع السلوك التنمري لدفاع محبط أو مكافأة محسوبة.[4]

د – نظرية الرتب الاجتماعية وممارسة القوة: تفترض هذه النظرية أن جماعة الأقران عبارة عن بنية هيراكية يستخدم من خلالها بعض الأقران العدوان ضد عدد من أقرانهم بهدف السيطرة عليهم وممارسة القوة، والوصول على الرتبة والمكانة الاجتماعية بين جماعة الأقران، وحيازة أكبر رصيد من القوة، والوصول للموارد المتاحة، وعندما يخضع الأقران لهذه السيطرة بواسطة الخوف الشديد أو الهروب أو البكاء، يتم فرص القوة عليهم والتحكم فيهم، وقد يستمر هذا لفترات طويلة؛ حيث أن الضحية لا تمتلك رصيد القوة أو المكاني الاجتماعية التي تمكنها من المقاومة أو الدفاع عن نفسها.[5]

الآثار النفسية والاجتماعية الناجمة عن التنمر الإلكتروني:

---

[1] – محمود كامل محمد كامل: التنمر الإلكتروني وتقدير الذات لدى عينة من الطلاب المراهقين الصم وضعاف السمع، مرجع سابق، ص: 28

[2] – منصور عمر العنيزي: التنمر المدرسي لدى بعض تلاميذ مرحلة التعليم الأساسي، مجلة كلية الآداب، جامعة الزاوية، الجزء الأول عدد 26، ليبيا، 2018، ص: 12

[3] – على موسى الصبحيين ومحمد فرحان القضاة: سلوك التنمر عند الأطفال والمراهقين (مفهومه–أسبابه–علاجه)، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف، السعودية، 2013، ط1، ص: 51

[4] – علي أحمد سهيل وجبار وادي باهض: أسباب سلوك التنمر المدرسي لدى طلاب الصف الأول المتوسط من وجهة نظر المدرسين والمدرسات وأساليب تعديله، مجلة كلية التربية للبنات، جامعة بغداد، مجلد(29) عدد (3) 2018، ص: 86

[5] - Buffy, F & Dianne, O. Cyberbullying: A literature Review. Paper presented at the Annual Meeting of the Louisiana Education Research Association Lafayette. 2009, p18

تتعدد التأثيرات الناتجة من التنمر الإلكتروني، إلا أنها تتركز على الجانب النفسي في المقام الأول، إذ يؤدي التنمر عبر الإنترنت إلى جعل الضحايا عرضة للعديد من المخاطر النفسية التي يصاب بها كل من الجاني والضحية، والتي تتصل في كلتا الحالتين بكونهما عرضة لمخاطر القلق والاكتئاب وغيرهما من الاضطرابات المرتبطة بالإجهاد. فالضحية، أي الشخص الذي يتعرض للتنمر، أكثر عرضة للشعور بالاكتئاب، والخوف من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وقلة الثقة بالنفس وعدم الثقة بالآخرين. ويشعر الضحية بالإحباط بالعزلة، وقد يصل إلى المرحلة التي يرغب فيها بممارسة التنمر على من هم أضعف منه. وكثيرا ما يسبب التنمر في انتحار الضحية، فقد يصل الشخص المتنمر عليه إلى مرحلة يظن فيها أن إنهاء حياته هو السبيل الوحيد للخلاص من التنمر الإلكتروني، إذْ سُجلت الكثير من الحالات التي قام فيها أشخاص متنمرون عليهم بالانتحار. وخاصة بعد أن تعيش الضحايا حالات نفسية صعبة جداً ولا تجد معيناً وتخاف من المواجهة، حيث تصاب بالعزلة ومشاعر الخجل والإحساس المتدني من احترام الذات، وعدم الثقة في النفس، بجانب تغيرات ملحوظة في عادات الأكل والاضطرابات في النوم وعدد من الشكاوى الجسدية. بجانب ذلك، هناك العديد من الآثار التي يتعرض لها عائلات الأشخاص المتنمرين عليهم، فيصاب أهل الضحية بضعف تدارك هذه المواقف، وإصلاح الأوضاع نتيجة لإحساسهم بالعزلة والانشغال بظروف أبنائهم، والإحساس بالحزن عليهم.[1]

وهناك أيضاً العديد من الآثار الاجتماعية الناجمة عن التنمر الإلكتروني حيث يمكن أن يؤثر على المستوى الدراسي للطلاب فالشخص المتنمر عليه يكون في حالة قلق وتوتر دائمين مما يسبب له عدم التركيز ويجد صعوبة بالغة في استيعاب المعلومات والتفكير السليم، بالإضافة إلى أن التنمر يؤدي إلى فقدان الشخص الرغبة في الحصول على الأصدقاء وإقامة علاقات اجتماعية جيدة مع الآخرين ومحاولة تعاطي المخدرات وشرب الكحول وخلافه، أيضاً يمكن أن يشعر الشخص المتنمر عليه دائماً بالفشل نتيجة لكل تلك العوامل السابقة وتزداد لدية الرغبة في العنف أحياناً ومحاولة الانتقام من المتنمرين.

وتشير دراسة **(Valkenburg, Peter, & Schouten)**[2] أن استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على يؤثر على تقدير الذات والصحة النفسية لديهم سلبًا أو إيجابًا. ويرجع السبب في ذلك للتغذية الراجعة التي يحصل عليها المراهق على صفحته الشخصية عبر تلك المواقع، فالتغذية الراجعة الإيجابية تعزز وتزيد من مستوى تقدير الذات لدى المراهقين، بينما التغذية الراجعة السلبية والتي تتمثل في سلوكيات التنمر الإلكتروني المتكررة؛ تؤدي إلى انخفاض مستويات تقدير الذات لدى هؤلاء الأفراد وبالتالي نؤثر سلبًا على صحتهم النفسية.

ويمكن تلخيص الآثار النفسية والاجتماعية للتنمر الإلكتروني في الآتي:

1. يتسبب التنمر الإلكتروني في اكتئاب الشخص المتنمر عليه في حال لم يتلقى المساعدة الفورية.

---

[1] – دراسة خاصة: التنمر الإلكتروني قراءة في الأسباب والحلول، مرجع سابق، ص: 8

[2] - Valkenburg, Peter, & Schouten, Friend Networking Sites and Their Relationship to Adolscents Well-Being and Social Self-Esteem. 2006, p589

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

2. صعوبة ثقة الضحية بالآخرين والنظر إليهم بعين الشك والخوف وافتقاد الأمان.
3. في كثير من الأحيان يلجأ الشخص الذي تعرض للتنمر إلى الانعزال خصوصاً صغار السن والمراهقين.
4. تشتت الذهن وتدني المستوى الدراسي للضحية في حال كان طالباً في المدرسة أو الجامعة.
5. الشعور بالخوف والقلق والترقب لكل شيء جديد ومزعج.
6. التعرض للعديد من الأمراض النفسية والجسدية.
7. الإصابة باضطراب في الأكل والنوم.
8. قد يصل الشخص المتنمر علية إلى مرحلة يظن فيها أن إنهاء حياته هو السبيل الوحيد للخلاص من التنمر الإلكتروني حيث سُجلت الكثير من الحالات التي قام فيها أشخاص متنمر عليهم بالانتحار.

طرق الوقاية من التنمر الإلكتروني

تلعب العديد من مؤسسات المجتمع دوراً مهماً في الحد والوقاية من الآثار المترتبة على التنمر بكافة أشكاله ومن أهم هذه المؤسسات ما يلي:

الأسرة: تُعد الأسرة من أهم المؤسسات المعنية بمواجهة التنمر بكافة أشكاله، فارتباط الأبناء بأسر متماسكة ومترابطة خالية من ممارسات العنف المنزلي يؤثر بشكل مباشر على تنشئتهم بصورة متزنة بعيدة عن الاضطراب والميل للعنف، كما أن على الأسر العمل بقدر الإمكان على مراقبة أبنائها وإبعادهم عن مشاهدة محتوى العنف على القنوات الفضائية من أفلام سينمائية وعروض المصارعة مع مراقبة الألعاب الإلكترونية التي يمارسونها، بالإضافة إلى معاقبة الأطفال على أي سلوك تنمري بدا منهم سواء كان ذلك في المنزل أو المدرسة أو الشارع العام.

المؤسسات التعليمية: التعليمية يمكن أن تُسهم في معالجة ظاهرة التنمر من خلال الأنشطة اللاصفية ومحاولة إشراك الطلاب فيها لإبراز مواهبهم ومهاراتهم الأمر الذي يؤدي إلى إشباع طاقاتهم وملء أوقات فراغهم، كما أن إشراك الطلاب ضحايا التنمر في هذه الأنشطة يُسهم في زيادة تقدير الذات لديهم، كما أن الإشراف الأكاديمي على الطلاب يجب أن يشمل مراقبة سلوكهم ومعرفة مشكلاتهم والمساهمة في إيجاد الحلول لها.

المؤسسات الدينية: تلعب المؤسسات الدينية أدواراً كبيرة ومهمة في حياة كافة أفراد المجتمع إذ تعمل على غرس القيم الروحية والأخلاقية في الصغار وشرح الممارسات المحرمة التي لا ترضي الله سبحانة وتعالي ومن بينها التنمر على الآخرين، كل ذلك يمكن أن يتم من خلال دور العبادة وكذلك الندوات والمحاضرات الدينية، كما أن استخدام التطبيقات الدينية على الهاتف المحمول يُعد أمراً ضرورياً للمساهمة في تثقيف الأطفال والمراهقين دينياً لأن هذه التطبيقات سهلة الاستخدام وموجودة في وسيلة يستخدمها هؤلاء بكثرة.

وسائل الإعلام: وسائل الإعلام يمكن أن تُسهم في محاربة التنمر من خلال البرامج التوعوية والإرشادية التي يقدمها المختصين والتربويين، كما أن زيادة وعي المجتمع بمخاطر ظاهرة التنمر الإلكتروني يُسهم في الحد من انتشاره، أيضاً يمكن لوسائل الإعلام التركيز على المحتوى الهادف بدلاً عن عرض محتوى العنف الذي تعج به هذه الوسائل.

القوانين والتشريعات التي تجرم التنمر: تُعد ظاهرة الإيذاء النفسي أشد فتكاً من الإيذاء الجسدي أو المادي فالأولي من الصعب إثباتها أما الثانية فيمكن أن تثبت بالأدلة ومن الممكن معرفة حجم الضرر وتعويض الضحية، لذا فقد أصبح من الضروري على الدول سن قوانين وتشريعات تُجرم التنمر الإلكتروني ليصبح من الأفعال التي يعاقب عليها القانون، وهناك بعض الدول الغربية كالولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة توجد فيها قوانين صارمة تُجرم التنمر بمختلف أشكاله، كما أن بعض الدول العربية سعت هي الأخرى لسن مثل تلك القوانين من خلال ما يسمى بجرائم المعلوماتية كالمملكة العربية السعودية والأردن والإمارات العربية المتحدة ومملكة البحرين، كما سعت معظم الدول العربية لذلك.

تحليل بيانات الدراسة:

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكوّن مجتمع الدراسة من طالبات المرحلة الجامعية في عدد من الجامعات السودانية التي تقع جغرافياً بولاية الخرطوم، أما عينة الدراسة فتكونت من (150) طالبة تم اختيارهم بصورة قصدية من المستوى الأول إلى المستوى الخامس، جاء اختيار الباحث للعينة القصدية للبحث عن فئة أو مجموعة بعينها وهي فئة الطالبات وقياس أثر التنمر الإلكتروني عليها، كذلك تم اختيار العينة القصدية لسهولة وسرعة الوصول للعينة المطلوبة، وكان عدد الاستمارات التي رجعت كاملة (146) استمارة وكانت هناك (4) استمارات تالفة.

أداة الدراسة:

اعتمد الباحث على أداة الاستبانة لجمع المعلومات المتعلقة بالجانب التطبيقي للدراسة حيث اشتملت الأداة على ستة محاور رئيسية احتوى كل محور على سبعة فقرات بمجموع (42) فقرة.

صدق وثبات الأداة:

عرض الباحث الأداة على مجموعة من أعضاء هيئة التدريس للتأكد من صحة فقراتها وقام بإجراء التعديلات التي اقترحوها، وقام الباحث باستخدام معادلة ألفا كرونباخ للتأكد من اتساق فقرات الاستبانة وبلغ معامل الثبات (0,82).

وللإجابة على أسئلة لدراسة قام الباحث بالمعالجات الإحصائية التي تضمن النسب المئوية والمتوسطات الحاسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة.

تحليل ومناقشة أسئلة الاستبانة:-

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

1-1 جدول رقم (1) يوضح التوزيع التكراري لإجابات عينة الدراسة حسب متغير العمر

الفئات	التكرارات	النسبة
20-15	39	%26,7
25-21	62	%42,6
30-26	31	%21,2
35-31	9	%6,1
40-36	5	%3,4

يتضح من الجدول أعلاه أن الفئة العمرية من 21-25 كانت هي الفئة الأكبر بين العدد الكلي للمبحوثات بنسبة 42,6% من النسبة الكلية، ثم الفئة من 15-20 بنسبة 26,7%، تليها الفئة من 26-30 بنسبة 21,2%، وبلغت نسبة الفئة من 31-35 6,1%، في حين أن الفئة العمرية من 36-40 كانت أقل فئة بنسبة 3,4% من النسبة الكلية لعدد المبحوثات.

وتشير النتائج هنا أن عينة الدراسة كانت شاملة لكل الفئات العمرية للطالبات وتعزي النسبة الكبيرة للفئة العمرية من 15-25 إلى أنها تمثل غالبية أعمار الطالبات في فترة الدراسة الجامعية.

1-2 جدول رقم (2) يوضح التوزيع التكراري لإجابات عينة الدراسة حسب متغير السنة الدراسية

الفئات	التكرارات	النسبة
الأولى	22	%15,2
الثانية	33	%22,6
الثالثة	36	%24,6
الرابعة	37	%25,3
الخامسة	18	%12,3

يتضح من الجدول أعلاه عدد المبحوثات بالسنة الرابعة كان الأكبر بنسبة 25,3% من النسبة الكلية، ثم السنة الثالثة بنسبة 24,6%، تليها الفئة السنة الثانية بنسبة 22,6%، وبلغت نسبة السنة الأولى 15,2%، في حين أن السنة الخامسة كانت أقل فئة بنسبة 12,3% من النسبة الكلية لعدد المبحوثات، وتشير النتائج هنا أن عينة الدراسة كانت شاملة أيضاً لكل السنوات الدراسية للمرحلة الجامعية وبصورة متقاربة إلى حد ما.

1-3 جدول رقم (3) يوضح التوزيع التكراري لإجابات عينة الدراسة حسب متغير الحالة

الفئات	التكرارات	النسبة
عازبة	116	%79,5
متزوجة	27	%18,5
مطلقة	3	%2
أرملة	0	0

يتضح من الجدول أعلاه أن معظم الطالبات الممثلات لمجتمع الدراسة هن عازبات بنسبة 79,5%، ثم المتزوجات بنسبة 18,5%، والمطلقات بنسبة 2% من النسبة الكلية، ولم تكن هناك أي طالبة من مجتمع الدراسة أرملة.

تحليل نتائج محاور الدراسة:

2-1 جدول رقم (4) المحور الأول: من هم أكثر الفئات التي تتعرضين للتنمر منهم؟

الفئات / الفقرات	دائماً		أحيانا		نادراً		لا على الاطلاق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة			
أحد الأقارب	24	%16,4	72	%49,3	36	%24,7	14	%9,6	2.277	.851	مرتفعة
صديق	14	%6,9	52	%35,7	58	%39,7	22	%15	2.589	.844	مرتفعة
زميل دراسة	19	%13	67	%46	30	%20,5	30	%20,5	2.027	1.275	مرتفعة
زميل عمل	19	%13	72	%49,3	27	%18,5	28	%2,19	2.438	.946	مرتفعة
شخص تعرفت عليه عبر الإنترنت	32	%21,9	34	%23,3	39	%26,7	41	%28,1	2.609	1.116	مرتفعة
شخص على علاقة معك	10	%6,8	29	%19,9	48	%32,9	59	%40,4	2.335	.815	مرتفعة
شخص لا تعرفينه	22	%15	41	%28,1	23	%15,8	60	%41	2.113	1.045	مرتفعة

يتبين من الجدول أعلاه أن العبارة "أحد الأقارب" جاءت في المرتبة الأولى، تليها عبارة "زميل عمل" في المرتبة الثانية ثم "زميل دراسة" في المرتبة الثالثة، وجاءت عبارات "صديق" "وشخص تعرفت عليه عن طريق الإنترنت" "وشخص لا تعرفينه" "وشخص على علاقة معك" على التوالي في المراتب المتبقية.

وتشير النتائج إلى أن الدرجة الكلية لفقرات هذا المحور كانت مرتفعة وهو ما يؤكد أن ظاهرة التنمر الإلكتروني لا تقتصر على فئة محددة وإنما تمارسه كل فئات المجتمع من الأقارب والأصدقاء إلى زملاء الدراسة وزملاء العمل، بل أن هذه الفئات سالفة الذكر أكثر تنمراً من الأشخاص الغير مرتبطين بصورة مباشرة بالضحية، كما أن المتنمر من الممكن أن يكون شخصاً لا يعرف الضحية وليس له علاقة مباشرة معها.

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

2-2 جدول رقم (5) المحور الثاني: ما أكثر أساليب التنمر الإلكتروني شيوعاً التي تتعرض لها الفتيات؟

الفئات / الفقرات	دائماً		أحياناً		نادراً		لا على الإطلاق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة			
التعرض للتحرش اللفظي أو البصري	79	%54,2	36	%24,6	15	%10,2	16	%11	1.780	1.020	متوسطة
تلقي تعليقات غير مقبولة أخلاقياً أو اجتماعياً	39	%26,7	73	%50	12	%3,8	22	%15	2.253	1.81	مرتفعة
تصويرك دون علمك ونشر الصور على مواقع التواصل الاجتماعي	22	%15	25	%17,5	29	%19,9	70	47,9 %	3.006	1.123	مرتفعة
تشويه سمعتك من خلال نشر معلومات عنك	30	%20,5	37	%25,3	39	%26,7	40	27,5 %	2.609	1.097	مرتفعة
انتحال شخصيتك وارسال رسائل للآخرين	9	%6,2	33	%22,6	38	%26	66	45,2 %	3.102	.959	مرتفعة
التعرض للتهديد والابتزاز عبر رسائل تصلك عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي	18	%12,3	41	%28,1	19	%13	68	46,6 %	2.938	1.115	مرتفعة
تلقي مكالمات هاتفية تنتهك الخصوصية	61	%41,8	38	%26	31	%21,2	16	%11	2.013	1.037	مرتفعة

يتضح من هذا الجدول أن عبارة "التعرض للتحرش اللفظي أو البصري" جاءت في المرتبة الأولى بين فقرات هذا المحور، تلتها عبارة "تلقي تعليقات غير مقبولة أخلاقياً أو اجتماعياً" في المرتبة الثانية، ثم عبارة " تلقي مكالمات هاتفية تنتهك الخصوصية" في المرتبة الثالثة، وجاءت العبارات "تشوية سمعتك من

خلال نشر معلومات عنك" و"التعرض للتهديد والابتزاز عبر رسائل تصلك عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي" و"تلقي مكالمات هاتفية تنتهك الخصوصية" و"تصويرك دون علمك ونشر الصور على مواقع التواصل الاجتماعي" في المراتب المتبقية توالياً.

وتشير النتائج هنا إلى أن هناك عدة أساليب للتنمر الإلكتروني يتبعها المتنمرون لإيذاء ضحاياهم، ويرجع ذلك لطبيعة الوسيلة المستخدمة في التنمر التي تسمح بممارسة عدة أساليب وأشكال للتنمر على الآخرين، وجاءت الدرجة الكلية لجميع فقرات هذا المحور مرتفعة جداً مما يشير إلى أن مجتمع الطالبات الجامعيات يعاني بصورة كبيرة من كافة أساليب وأشكال التنمر الإلكتروني الأمر الذي يتطلب دراسة هذه الظاهرة بصورة أكبر ومحاولة وضع الحلول المناسبة لها.

2-3 جدول رقم (6) المحور الثالث: من وجهة نظرك ما الأسباب التي تدفع الشخص للتنمر على الآخرين؟

الفئات / الفقرات	دائماً		أحياناً		نادراً		لا على الإطلاق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة			
الغيرة من الأشخاص الآخرين	46	%31,8	74	%50,7	15	%10,2	11	%7,5	1.938	.848	متوسطة
عندما يكون المتنمر نفسه ضحية للتنمر	32	%21,9	75	%51,4	25	%17,1	14	%9,6	2.143	.870	مرتفعة
الاضطرابات الأسرية للمتنمر	43	%29,5	77	%52,7	16	%10,9	10	%6,8	1.952	.824	متوسطة
الشعور بعدم القيمة لدى الآخرين وتقدير الذات	47	%32,2	80	%54,8	10	%6,8	9	%6,2	2.075	.917	مرتفعة
الشعور بالوحدة	47	%32,2	72	%49,3	15	%10,2	12	%8,3	1.945	.869	متوسطة
عندما يكون المتنمر مصاب بداء العظمة ويرى الآخرين أقل مكانة منه	78	%53,4	42	%28,8	13	%8,9	13	%8,9	1.732	.956	متوسطة
الرغبة في الشهرة	66	%45,2	52	%35,6	22	%15,1	6	%4,1	1.780	.850	متوسطة

تشير نتائج هذا المحور عند حساب تكرارات الفئات للفقرات أن عبارة "الشعور بعدم القيمة لدى الآخرين وتقدير الذات" في المرتبة الأولى، ثم عبارة "الاضطرابات الأسرية للمتنمر" في المرتبة الثانية، وجاءت بقية العبارات "عندما يكون المتنمر مصاب بداء العظمة ويرى الآخرين أقل مكانة منه" و"الشعور بالوحدة"

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

و"الرغبة في الشهرة" و"الغيرة من الأشخاص الآخرين" و"عندما يكون المتنمر نفسه ضحية للتنمر" في المراتب المتبقية توالياً.

تُشير النتائج هنا إلى تباين في إجابات المبحوثات عند الإجابة على أسئلة هذا المحور ووضح أن جميع العبارات التي احتواها هذا المحور كانت من أهم الأسباب التي تدفع الأشخاص ليصبحوا متنمرين ، وتتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات التي تؤكد أن ضحايا التنمر في الغالب يصبحون متنمرين بدورهم، كما أن الشعور بعدم القيمة وتقدير الذات يُعد سبباً من أسباب التنمر وذلك لسد النقص الذي يشعر به المتنمر وليثبت وجوده بين أقرانه، وبطبيعة الحال فإن الأسباب الأخرى للتنمر لا تقل أهمية عن ما ذكر، وكانت الدرجة الكلية لهذا المحور متوسطة.

2-4 جدول رقم (7) المحور الرابع: كيف تتعاملين مع الموقف عند تعرضك للتنمر الإلكتروني؟

الفئات / الفقرات	دائماً		أحياناً		نادراً		لا على الإطلاق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة			
الانطواء على نفسك والعزلة عن المجتمع	14	%9,6	32	%21,9	18	%12,3	82	%56,2	3.150	1.721	مرتفعة
البحث عن دعم الأصدقاء والزملاء	77	%52,7	39	%26,7	13	%8,9	17	%11,6	1.801	1.028	متوسطة
الابتعاد عن الشخص المتنمر وتجنبه قدر الإمكان	90	%61,6	19	%13	7	%4,8	30	%20,5	1.842	1.213	متوسطة
تجنب الدخول إلى شبكة الإنترنت قدر الإمكان	13	%8,9	23	%15,8	29	%19,9	81	%55,5	3.219	1.013	مرتفعة
زيارة الطبيب النفسي	37	%25,3	26	%17,8	31	%21,2	52	%35,6	2.671	1.204	مرتفعة
اتخاذ إجراءات قانونية ضد الشخص المتنمر	35	%32,9	40	%27,7	11	%7,5	65	%44,5	2.657	1.239	مرتفعة
الرد بالمثل على المتنمر	15	%10,2	24	%16,4	39	%26,7	58	%39,7	3.095	1.019	مرتفعة

يتضح من نتائج الجدول أعلاه أن عبارة "البحث عن دعم الأصدقاء والزملاء" كانت في المرتبة الأولى ثم عبارة "الانطواء على نفسك والعزلة عن المجتمع" في المرتبة الثانية، تلتها عبارة "اتخاذ إجراءات قانونية ضد الشخص المتنمر" في المرتبة الثالثة، وجاءت بقية العبارات "الانطواء على نفسك والعزلة عن

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

المجتمع" و"زيارة الطبيب النفسي" و"الرد بالمثل على المتنمر" و"الابتعاد عن الشخص المتنمر وتجنبه قدر الإمكان" و"تجنب الدخول إلى شبكة الإنترنت قدر الإمكان" في بقية المراتب تواليا.

وتشير النتائج هنا عند تحليل فقرات هذا المحور أن هناك عدة طرق تتعامل بها الطالبات ضحايا التنمر مع الموقف، إلا أن الابتعاد عن الشخص المتنمر والبحث عن دعم الأصدقاء والزملاء كانت أكثر الإجابات تكراراً بين الفقرات الأخرى بالمقارنة مثلاً بالرد بالمثل على المتنمر وزيارة الطبيب النفسي، وهو ما يبين أن جزء كبير ضحايا التنمر لا يفعلن الكثير للحد من التنمر عليهن، في حين أن هناك نسبة أخرى قليلة يمكن أن تتخذ إجراءات قانونية تجاه المتنمر أو تزور الطبيب النفسي لطلب الدعم النفسي، وتشير النتائج إلى أن الدرجة الكلية لفقرات هذا المحور كانت مرتفعة.

2-5 جدول رقم (8) المحور الخامس: ما الآثار النفسية والاجتماعية المترتبة على تعرضك للتنمر الإلكتروني؟

الفقرات / الفئات	دائماً		أحياناً		نادراً		لا على الإطلاق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة			
أصبحت أكثر عصبية في التعامل مع الآخرين	50	%34,2	50	%34,2	19	%13	27	%18,6	2.157	1.093	مرتفعة
أشعر بالقلق الدائم وفقدان الأمان	41	%28,1	67	%45,9	22	%15	16	%11	2.006	.842	مرتفعة
الإصابة باضطرابات في النوم	37	%25,3	36	%24,7	33	%22,6	40	%27,4	2.520	1.146	مرتفعة
ضعف الأداء الدراسي	28	%19,2	40	%27,4	23	%15,7	55	%37,7	2.719	1.161	مرتفعة
التفكير في الانتحار	13	%8,9	11	%7,5	10	%6,8	112	%76,8	3.513	.970	مرتفعة
التفكير في تعاطي المخدرات	6	%4,2	10	%6,8	10	%6,8	120	%82,2	3.671	.780	مرتفعة
التفكير في الانتقام من الشخص المتنمر	9	%6,1	22	%15	16	%10,9	99	%67,9	3.404	.958	مرتفعة

يتبين من الجدول أعلاه أن عبارة "أشعر بالقلق الدائم وفقدان الأمان " كانت أكثر العبارات تكراراً بدائماً وأحياناً عند الإجابة على أسئلة هذا المحور، ثم عبارة " أصبحت أكثر عصبية في التعامل مع الآخرين " في المرتبة الثانية تليها عبارة "الإصابة باضطرابات في النوم" ثالثاً فعبارة "ضعف الأداء الدراسي" في المركز الرابع، وجاءت عبارات "التفكير في الانتقام من الشخص المتنمر" و"التفكير في الانتحار" و"التفكير في تعاطي المخدرات" في بقية المراتب تواليا.

وتشير النتائج هنا إلى أن هناك عدة آثار نفسية واجتماعية تعاني منها الطالبات ضحايا التنمر، وغالبية هذه الإيذاءات تتعرض لها الطالبات بصفه دائمة أو في أحياناً كثيرة حسب تكرار إجاباتهن على أسئلة هذا المحور، والملفت للنظر أن معظم الإجابات على أسئلة تتعلق بالتفكير في الانتحار أو تعاطي المخدرات أو الانتقام من الشخص المتنمر لم تلق قبول من المبحوثات حيث كانت إجاباتهن بلا على

الإطلاق مما يشير إلى أن الضرر النفسي للتنمر الإلكتروني أكبر ويؤثر بصورة كبيرة على الصحة النفسية والجسدية لضحايا التنمر، وكانت الدرجة الكلية لفقرات هذا المحور مرتفعة.

6-2 جدول رقم (9) المحور السادس: تأثير التنمر الإلكتروني على حياتك العامة وممارسة الحياة بصورة طبيعية

الفئات / الفقرات	دائماً		أحياناً		نادراً		لا على الإطلاق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة			
أشعر بحالة طبيعية جداً	73	%50	32	%21,9	18	%12,3	23	%15,8	1.938	1.121	متوسطة
أشعر بعدم الرغبة في القيام بأي شيء	15	%10,2	41	%28,2	30	%20,5	60	%41,1	2.924	1.051	مرتفعة
أواجه صعوبة في إقامة علاقات صداقة مع الآخرين	35	%23,9	50	%34,3	21	%14,4	40	%27,4	2.452	1.133	مرتفعة
أصبحت لا أثق في الآخرين مطلقاً	43	%27,5	54	%37	38	%26	11	%7,5	2.116	.921	مرتفعة
أثر التنمر على حياتي الأسرية	22	%15	45	%30,9	32	%21,9	47	%32,2	2.712	1.076	مرتفعة
الخجل الدائم من كل المحيطين بي	36	%24,7	47	%32,2	13	%8,9	50	%34,2	2.527	1.198	مرتفعة
أشعر بأنني عديمة الجدوى وفاشلة	13	%8,9	33	%22,6	33	%22,6	67	%45,9	3.047	1.032	مرتفعة

يتبين من الجدول أعلاه أن عبارة "أشعر بحالة طبيعية جداً" كانت في المرتبة الأولى تليها عبارة "أصبحت لا أثق في الآخرين مطلقاً" ثانياً، ثم عبارة "أواجه صعوبة في إقامة علاقات صداقة مع الآخرين" في المرتبة الثالثة، وجاءت العبارات "الخجل الدائم من كل المحيطين بي" و"أثر التنمر على حياتي الأسرية" و"أشعر بعدم الرغبة في القيام بأي شيء" و"أشعر بأنني عديمة الجدوى وفاشلة" في بقية المراتب توالياً.

وتشير النتائج أن إجابات المبحوثات بدائماً وأحياناً كانت كبيرة جداً على أسئلة هذا المحور وهو ما يؤكد أن ظاهرة التنمر الإلكتروني أصبحت ظاهرة خطيرة تؤثر بصورة مباشرة على ممارسة الحياة بصورة طبيعية وعدم إقامة صداقات جديدة والشعور بالفشل الدائم وعدم القدرة على الثقة بالآخرين، وقد تستمر هذه التأثيرات على ضحية التنمر لوقت طويل نفسياً وجسدياً، كما أن بعض ضحايا التنمر قد ينعزلن عن المجتمع مع إزالة كل حساباتهن على مواقع التواصل الاجتماعي لتجنب الوقوع في شرك التنمر مرة أخرى، وكبقية محاور هذه الدراسة كانت الدرجة الكلية لهذا المحور مرتفعة أيضاً.

الخاتمة:

لا شك أن ظاهرة التنمر الإلكتروني من الظواهر التي تحتاج للكثير من الدراسات العلمية لمعرفة أسباب انتشارها وكيفية الحد من الضرر النفسي والاجتماعي الكبير التي تتسبب فيها، فالتنمر يُعد جريمة في حق المجتمع يجب أن تُفرض لها عقوبات رادعة وهو بلا شك أمر لا يدخل ضمن الموضوعات التي تتعلق بحرية التعبير والتنمر منتشر بين كافة فئات المجتمع وهذا ما وجدناه في هذه الدراسة التي حاولت معرفة التأثير النفسي والاجتماعي للتنمر الإلكتروني على طالبات المرحلة الجامعية وهو مجتمع متعلم وذو ثقافة عالية ولكن درجة انتشار التنمر بينه كبيرة جداً.

ومعالجة مشكلات التنمر الإلكتروني وآثاره لا تقتصر على الدعم النفسي والمعنوي للضحايا فقط فالشخص المتنمر أيضاً يحتاج للعلاج النفسي ومحاولة إعادة دمجه في المجتمع خاصة وأن المتنمر يستغل التكنولوجيا لإخفاء هويته ومن ثم إلحاق الضرر بالضحية، فعلينا أن نؤمن أن الألم النفسي أشد وأسوأ من الألم المادي وكما أن الحكمة تقول بأن هناك أشياء لا تعود مثل الكلمة إذا خرجت والزمن إذا مضى والثقة إذا ضاعت، فإن صورة الشخص وسمعته يمكن ألا تعود أيضاً كما كانت إذا تم تشويهها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

عرض النتائج ومناقشتها:

المحور الأول: من هم أكثر الفئات التي تتعرضين للتنمر منهم؟

يتضح من خلال هذا المحور أن أكثر الفئات ممارسة للتنمر الإلكتروني على الطالبات هي فئات الأقارب وزملاء الدراسة والأصدقاء.

فعند حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات هذا المحور نجد أن فئة الأقارب كان المتوسط الحسابي لها 2.277 والانحراف المعياري لها 851. في حين كان المتوسط الحسابي لفئة زملاء الدراسة 2.027 والانحراف المعياري 1.275 أما فئة الأصدقاء فقد كان المتوسط الحسابي لها 2.589

والانحراف المعياري 844. وكانت معظم تكررات الإجابة على هذه الفقرات دائماً وأحياناً وبدرجة تقدير مرتفعة وهو ما يؤكد أن هذه الفئات تعتبر أكثر الفئات تنمراً على الطالبات موضع الدراسة.

المحور الثاني: ما أكثرةأساليب التنمر الإلكتروني شيوعاً التي تتعرض لها الفتيات؟

يُعد التحرش اللفظي والبصري من أكثر أشكال التنمر الإلكتروني انتشاراً ونسبة كبيرة من المبحوثات تعرضن لهذا الشكل من أشكال التنمر الإلكتروني.

عند حساب تكررات الإجابة على أسئلة فقرات هذا المحور نجد أن نسبة 54,2% من المبحوثات تعرضن للتحرش اللفظي والبصري بصورة دائمة، ونسبة 24,6% تعرضن لهذا النوع من أنواع التنمر الإلكتروني أحياناً، وبلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة 1.780 والانحراف المعياري لها 1.020وبدرجة تقدير مرتفعة.

المحور الثالث: من وجهة نظرك ما الأسباب التي تدفع الشخص للتنمر على الآخرين؟

تؤكد الدراسة أن من الأسباب التي تجعل من الشخص متنمراً هي الشعور بعد القيمة لدى الآخرين وتدني تقدير الذات والاضطرابات الأسرية والنفسية وكذلك عندما يكون المتنمر نفسه ضحية للتنمر.

تشير النتائج هنا عند حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات هذا المحور أن الشعور بعد القيمة لدى الآخرين وتدني تقدير الذات بلغ المتوسط الحسابي له 2.075 والانحراف المعياري 917. في حين أن الاضطرابات الأسرية كان المتوسط الحسابي لها 1.952 والانحراف المعياري 824. وجاء المتوسط الحسابي لفقرة عندما يكون المتنمر نفسه ضحية للتنمر 2.143 والانحراف المعياري 870. وبدرجة كلية متوسطة وهو ما يشير إلى تعدد الأسباب التي تدفع الشخص للتنمر على الآخرين وجاءت هذه الفقرات في مقدمة الأسباب.

المحور الرابع: كيف تتعاملين مع الموقف عند تعرضك للتنمر الإلكتروني؟

تشير نتائج الدراسة إلى أن الطالبات يلجأن للدعم النفسي من الأصدقاء والزملاء أولاً ثم الابتعاد عن الشخص المتنمر وتجنبه قدر الإمكان وهناك قلة منهن يلجأن لاتخاذ إجراءات قانونية ضد المتنمر.

عند فقرات هذا المحور نجد أن اللجوء للدعم النفسي من الأصدقاء والزملاء كان في مقدمة ما تقوم به الطالبات عند تعرضهن لتنمر الإلكتروني حيث تكررت اجاباتهن بدائما بنسبة 52,7% وبأحياناً بنسبة 26,7%، ثم الابتعاد عن الشخص المتنمر وتجنبه قدر الإمكان ثم ثالثاً اتخاذ إجراءات قانونية ضد المتنمر، وكانت الدرجة الكلية لفقرات هذا المحور مرتفعة.

المحور الخامس: ما الآثار النفسية والاجتماعية المترتبة على تعرضك للتنمر الإلكتروني؟

يتضح من خلال الدراسة أن التنمر الإلكتروني يؤدي إلى فقدان الأمان والعصبية واضطراب النوم وضعف الأداء الدراسي بالنسبة للطالبات.

جاءت الدرجة الكلية لكل فقرات هذا المحور مرتفعة جداً ويعزى السبب في ذلك إلى أن التنمر الإلكتروني أصبح ظاهرة تهدد الأمان النفسي والاجتماعي للمجتمع وخاصة الطالبات الجامعيات، ولكن اللافت للنظر

هنا أن معظم المبحوثات لم يفكرن في الانتحار أو تعاطي المخدرات أو الانتقام من الشخص المتنمر حيث كانت معظم اجاباتهن على هذه الفقرات بلا على الإطلاق.

المحور السادس: تأثير التنمر الإلكتروني على حياتك العامة وممارسة الحياة بصورة طبيعية

تؤكد الدراسة أن التنمر الإلكتروني يُسهم في جعل الطالبات أكثر خجلاً وأقل ثقة في الآخرين، كما يجدن صعوبة في إقامة صداقات جديدة، ويؤثر التنمر على حياتهن الأسرية ويجدن صعوبة في ممارسة حياتهن بصورة طبيعية.

عند حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات هذا المحور نجد أن فقرة الخجل الدائم من كل المحيطين بي بلغ المتوسط الحسابي لها 2.527 والانحراف المعياري 1.198 وبلغ المتوسط الحسابي لفقرة أجد صعوبة في إقامة علاقات صداقة جديدة 2.452 والانحراف المعياري 1.133 كما بلغ المتوسط الحسابي لفقرة أثر التنمر على حياتي الأسرية 2.712 والانحراف المعياري 1.076 وبدرجة كلية مرتفعة.

التوصيات:

1 –ضرورة اهتمام المؤسسات التعليمية بالدعم النفسي والمعنوي للطالبات ضحايا التنمر، وتوفير أخصائيين نفسيين واجتماعيين للمساعدة على تجاوز الآثار النفسية والاجتماعية لهذه الظاهرة.

2 –الاهتمام بوضع القوانين والتشريعات التي تجرم التنمر بصفه عامة والتنمر الإلكتروني على وجه الخصوص، مع تشديد العقوبات على المتنمرين.

3 –أن تعمل الجهات الحكومية والمسؤولة على رفع درجة الوعي بين أفراد المجتمع وخاصة الشباب بمخاطر التنمر الإلكتروني وما يترتب عليه من عقوبات.

4 –إشراك الطلاب المتنمرون وضحايا التنمر على السواء في البرامج الرياضية والثقافية الهادفة لمنحهم فرصة للاحتكاك بمجتمعهم وتقدير ذواتهم.

5 – على وسائل الإعلام أن تعمل على نشر الوعي بخطورة ظاهرة التنمر بين أفراد المجتمع، مع إنتاج المواد الإعلامية الهادفة التي خاصة للأطفال والبعد عن مشاهد العنف.

6 –الاهتمام بإجراء المزيد من الدراسات المرتبطة بظاهرة التنمر الإلكتروني لمعرفة أسبابها وطرق الحد من انتشارها بين أفراد المجتمع.

المصادر والمراجع:

المراجع العربية:

- أحمد حسن محمود الليثي وعمر ومحمد محمد أحمد درويش (2017). فاعلية بيئة تعلم معرفي/ سلوكي قائمة على المفضلات الاجتماعية في تنمية استراتيجيات مواجهة التنمر الإلكتروني لطلاب المرحلة الثانوية، مجلة العلوم التربوية العدد الرابع (ج ١) كلية التربية، جامعة حلوان.
- ثناء هاشم محمد (2019). واقع ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى طلاب المرحلة الثانوية في محافظة الفيوم وسبل مواجهتها –مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية –العدد الثاني عشر –الجزء الثاني.

- دراسة خاصة (2020). التنمر الإلكتروني قراءة في الأسباب والحلول، مركز سمت للدراسات.
- طه عبد العظيم حسين(2007). سيكولوجية العنف العائلي والمدرسي –دار الجامعة الجديدة – الإسكندرية.
- عبد العزيز عبد الكريم المصطفى (2017). دوافع التنمر الإلكتروني لدى أطفال المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية –مجلة العلوم التربوية والنفسية –مركز النشر العلمي –جامعة البحرين – العدد(3) المجلد (18).
- علي أحمد سهيل وجبار وادي باهض (2018). أسباب سلوك التنمر المدرسي لدى طلاب الصف الأول المتوسط من وجهة نظر المدرسين والمدرسات وأساليب تعديله، مجلة كلية التربية للبنات، جامعة بغداد، مجلد(29) عدد (3) العراق.
- على موسى الصبحين ومحمد فرحان القضاة (2013) سلوك التنمر عند الأطفال والمراهقين (مفهومه–أسبابه –علاجه)، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف، ط1، السعودية.
- محمود كامل محمد كامل (2018). التنمر الإلكتروني وتقدير الذات لدى عينة من الطلاب المراهقين الصم وضعاف السمع –رسالة ماجستير –جامعة طنطا –كلية التربية.
- مسعد الرفاعي أبو الديار (2012). سيكولوجية التنمر بين النظرية والعلاج –مكتبة الكويت الوطنية – ط2 –الكويت.
- منصور عمر العنيزي (2018). التنمر المدرسي لدى بعض تلاميذ مرحلة التعليم الأساسي، مجلة كلية الآداب، جامعة الزاوية، الجزء الأول عدد 26، ليبيا.
- نورة سعد سلطان القحطانى (2015)، مدى الوعى بالتنمر لدى معلمات المرحلة الإبتدائية وواقع الإجراءات المتبعة لمنعه فى المدارس الحكومية بمدينة الرياض من وجهة نظرهن، دراسات عربية فى التربية وعلم النفس، العدد 58.
- هالة خير سناري إسماعيل (2010). بعض المتغيرات النفسية لدى ضحيا التنمر المدرسي في المرحلة الابتدائية –مجلة الدراسات التربوية والاجتماعية –كلية التربية –جامعة جنوب الوادي –قنا –مصر مجلد (16) عدد (2)

المراجع الأجنبية:

1 - Smith, Mahdavi, Carvalho, Fisher, Russell & Neil , 2008.

2 - Buffy, F & Dianne, O. (2009). Cyberbullying: A literature Review. Paper presented at the Annual Meeting of the Louisiana Education Research Association Lafayette.

3 - Valkenburg, Peter, & Schouten, (2006). Friend Networking Sites and Their Relationship to Adolscents Well-Being and Social Self-Esteem.

مواقع الإنترنت:

https://www.annajah.net

آليات تعامل المرأة الكادحة مع الصراع الطبقي والأزمات التي يفرزها

قراءة تحليلية لمسلسل (الحساب يجمع)

The Coping Mechanisms of the Women of Struggling Class as Represented in the Egyptian Television Drama about Domestic Workers

Analytical Reading for the Series ālḥsāb yğmʿ (Justice Will Be Made)

د. نهى عاطف

مدرس بعدد من الجامعات وباحث مستقل

ملخص

تبحث هذه الدراسة عن الآليات التي تستخدمها نساء الطبقة الكادحة المصرية في سبيل مواجهة صراعاتهم الطبقية اليومية، وتركز على عاملات المنازل باعتبارهن واحدة من أشد الفئات فقرًا وتهميشًا. وتعتمد الدراسة على القراءة التحليلية لمضمون مسلسل (الحساب يجمع) ويتناول قصص أربع عاملات في الخدمة المنزلية وعدد حلقاته ثلاثون حلقة تم بثّه عام 2017. وخلصت الدراسة إلى أن نساء الطبقة الكادحة بتن يتعاملن مع واقعهن من خلال ثلاثة مسارات: أولًا: الهروب المؤقت إلى عالم جديد. ثانيًا: التكيف مع الواقع من خلال التركيز على المتع الحسية. ثالثًا: الهروب الكامل من الواقع إلى واقعٍ جديد.

Abstract

This study examines the mechanisms used by Egyptian working-class women in order to cope with their daily class struggles, and focuses on domestic workers as one of the poorest and most marginalized groups. The study is an analytical reading of the series *ālḥsāb yğmʿ* (Justice Will Be Made). The series (30 episodes), which was broadcasted in 2017, consists of four stories of domestic workers. The study concludes that working-class women are now dealing with their reality through three tracks: First: temporary escape to a new world. Second: Adaptation to reality by focusing on sensual pleasures. Third: the complete escape from reality to a new reality, by marrying better men socially or emigrating out of their toiling society.

مقدمة

يعيش المجتمع المصري صراعًا طبقيًا كغيره من المجتمعات، غير أن التفاوت الطبقي قد أسرع من وتيرة هذا الصراع. في الوقت نفسه، ولم تقدم كثير من الدراسات الثقافية والإعلامية المعاصرة البحث الكافي لتجسيد هذا الصراع عبر الدراما. وتتعرض الدراسة للمشكلات اليومية الراهنة للصراع الطبقي من زاوية عاملات التنظيف المنزلي، نظرًا لاحتكاكهن اليومي بالطبقة الأكثر غنى، ما يؤدي إلى معايشة الصراع الاجتماعي يوميًا. وتتناول هذه الدراسة المشكلات اليومية التي تتعرض لها المرأة العاملة بتنظيف المنازل في وقت تقل فيه البحوث التي تتناول المرأة العاملة على وجه الخصوص في مقابل تناول المرأة على وجه العموم. كذلك، تحلل الدراسة الصراع الطبقي وفقًا للمعطيات الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية المستجدة، بينما تندر الدراسات التي تناقش الصراع الطبقي في الدراما المصرية، وهي الملاحظة التي سجلها الباحثون القلائل ممن درسوا ذلك (الوزان، 2017)[1].

وتتخذ الدراسة من مسلسل (الحساب يجمع) نموذجًا لتحليل الطريقة التي تتكيف بها عاملات المنازل مع الإحباطات الطبقية والصراعات الناشئة عن ذلك. وتجيب الدراسة على سؤال: ما هي آليات تعامل المرأة الكادحة في مصر المعاصرة مع الصراع الطبقي والأزمات التي يفرزها؟

واختارت الباحثة مسلسل (الحساب يجمع لكونه) معاصرًا، فقد تم انتاجه عام 2017، بما يسمح بظهور مفردات الواقع فيه. كما أن هذا المسلسل يركز على الحياة ليرى المشاهد كيف تعيش هذه الفئة حياتها العادية، وهو ما يعطينا إجابة أكثر وضوحًا على السؤال الذي تطرحه الدراسة. بالإضافة إلى ذلك، فإن الدوافع الإنتاجية وراء المسلسل هي التركيز على طبقة الكادحين، إذ قررت شركة (العدل جروب) صناعته بعد إنتاجها في العام السابق–2016–مسلسل (فوق مستوى الشبهات) الذي حقق نجاحًا جماهيرًا وتناول مجتمع النخبة الاجتماعية من خلال مجمع سكني راق على أحد أطراف القاهرة. وقام ببطولة (الحساب يجمع) الفنانة يسرا والمغنية بوسي والممثلة إيمان العاصي وديانا هشام وكريم فهمي عايدة رياض، مراد مكرم، ندى موسى، ومن تأليف محمد رجاء وإياد عبد المجيد مع مدحت العدل وإخراج هاني خليفة.

وتتناول الدراسة مسلسل (الحساب يجمع) وكان اسمه في البداية بداية مراحل الإنتاج (سلم الخدّامين)، ثم تم تغييره إلى (تحت أمر السيادة) قبل أن يستقر فريق العمل على (الحساب يجمع). و"الحساب يجمع" هو تعبير عامي مصري يُقال عن تأجيل تصفية الحسابات، بمعنى أن العقاب سوف يأتي وقتًا ما في المستقبل، ويُقال كذلك للتوعد بالقصاص، خاصة إذا تكرر الاعتداء على الشخص. وفي سياق المسلسل يصبح "الحساب" هو الفقر والتهميش الذي تتعرض له فئة العاملات في المنزل، والذي ينبه المسلسل إلى أن نوعًا من الثأر لإحباطاتهم الاجتماعية والنفسية في إطار الصراع الطبقي تجد –بالفعل–مسارات جديدة للتنفيس وتصفية هذا الحساب. بعبارة أخرى، يطوّر المهمشون تكتيكات جديدة للانتصار في الصراع

---

[1] لميس علاء الوزان، (2017)، الصراع الطبقي في الدراما المصرة (دراسة تحليلية مقارنة) في إطار نظرية صراع الطبقات الاجتماعية، المجلة المصرية لبحوث الأعلام، العدد 60، الصفحات 111–135 ص 113.

الطبقي استجابةً للقهر الاجتماعي. ولا يصوّر المسلسل المخدومين باعتبارهم الطرف الضحية أو الجاني، فهم –أيضًا–لديهم ممارسات جديدة لاستغلال المهمشين ماديًا أو جسديًا أو حتى لمجرد إرضاء رغبتهم في الإحساس بقوة على حساب إذلال الآخر. ليصبح الصراع الطبقي أكثر عنفًا من ذي قبل والأطراف فيه تلعب الدورين معًا، الجاني والضحية، والأهم أن آلياته باتت أكثر تعقيدًا. وهو ما يجعل هذا البحث ضروريًا لتحليل قصص الخادمين ومخدوميهم وفهم دلالتها الاجتماعية.

وتستخدم الباحثة مفهوم "مجتمع الكادحين" للتعبير عن المحيط المكاني والاجتماعي لفئة العمالة غير المنتظمة، وهم – في هذه الدراسة–عاملات النظافة المنزلية، بما يشملهن وذويهن. و"الكادحين" هم الأشد فقرًا، ويعرف الاقتصاديون الفقراء بأنهم الشريحة التي تعامني تدني الدخل بما لا يكفي لإشباع حاجاتهم الأساسية، وتبذل جهدًا بدنيًا ذا عائدٍ ماديٍ ضئيل وتقع على مسافة كبيرة ممن يملكون المال والسلطة[1]. كما تستخدم الدراسة "التطلع الطبقي" أو "الصعود الاجتماعي"، والمعنى الإجرائي له هنا هو سعي أحد الأشخاص إلى الإرتقاء في السلم الاجتماعي بحيث ينتمي لطبقة أعلى، غالبًا من خلال تعزيز مستواهم الاقتصادي. وتستخدم الباحثة مصطلحي "الخادمات" للدلالة على عاملات المنازل و"الهوانم" لمخدوماتهن من نساء الطبقة العليا، وهما اللفظتان اللتان يستخدمهما أبطال المسلسل. كما تورد "مجتمع الوراق" للتعبير على المحيط الجغرافي والاجتماعي والوسط الثقافي الذي تنتمي إليه عاملات المنازل و"الورّاق" هي الحي السكني الذي تدور فيه أحداث المسلسل.

مفاهيم الدراسة

تعنى الدراسة ببحث سلوكيات طبقة اجتماعية بعينها هي الطبقة الكادحة تجاه حراك اجتماعي معين هو الصراع الطبقي (أو الصراع الاجتماعي)، والمقصود بهذه المفاهيم:

"الطبقة الاجتماعية"

رغم انشغال الاقتصادي الشهير كارل ماركس بتقديم ودراسة الصراع الطبقي بين البروليتاريا (العمال) والبرجوازية (الرأسماليين)، لم يقدم ماركس تعريفًا واضحًا للطبقة الاجتماعية، واقتصر تناوله لها على أساس ملكيتها لوسائل الإنتاج. لكن عالم الاجتماع ماكس فايبر قدم هذا الإسهام في مطلع القرن العشرين، وأوضح أن الهرم الاجتماعي لا يجب تقسيمه على أساس الدخل المادي فقط، وإنما على أساس الطبقة والمركز والسلطة، فقد يكون هناك شخص من الطبقة الأرستقراطية لكنه ليس شديد الثراء، وقد يكون الثري من الطبقة العاملة[2]. والتمييز الذي وضعه فايبر بين "الطبقة" هي و"المكانة" يشرح لماذا لا يقبل بعض الأرستقراطيين الأغنياء الجدد بينهم، فالطبقة هي محصلة علاقة الإنسان برأس المال وبالإمكانيات المادية المتاحة وعلاقته بالعمل، أو – بعبارة أبسط–الوضع الاقتصادي للفرد، أما "المكانة" فهي الوضع المعنوي له، أو المساحة الذي يضعها المجتمع عليه، مثل أن يهب المجتمع مكانة عليا

---

[1] فرج سعيد (2011)، التكيف مع الفقر تغيب للعدالة الاجتماعية" المجلة العربية لعلم الاجتماع، العدد 7، الصفحات 49–71. ص51

[2] Waters, T., & Waters, D. (2016). Are the terms "socio-economic status" and "class status" a warped form of reasoning for Max Weber?. *Palgrave Communications*, *2*(1), 1-13.

لسلسل عائلة معروفة أو شخصية مؤثرة، في المقابل لا يعطي نفس المكانة لرجل أمي لكنه ثري. ويقدم فايبر الطبقة الاجتماعية باعتبارها جماعة من الاشخاص يشغلون نفس المكانة الطبقية[1]. وفي سياق هذه الدراسة تستخدم الباحثة "الطبقة الاجتماعية" للدلالة على مجموعة من الأشخاص يتشاركون نفس المستوى من الدخل المادي والقيم الإنسانية والثقافة، وربما المساحة الجغرافية.

"الصراع الاجتماعي" أو "الصراع الطبقي"

ظهر هذا المفهوم في القرن التاسع عشر لدى بعض المؤرخين الفرنسين الليبراليين، لكن النظرية الماركسية روّجت له بالتركيز على حتمية الصراع بين طبقتي المسْتغِلين (أو البرجوازية من أصحاب رؤوس الأعمال) والمسْتغَلين (من العمال أو البروليتاريا).

يقول كارل ماركس في كتابه (رأس المال) أن تاريخ البشرية هو تاريخ الصراع الطبقي الاجتماعي، وهو صراع على أدوات الإنتاج يجري بين الرأسماليين والعمال، مفترضًا وقوع أربعة أشكال لهذا الصراع: أولًا– ثورة الطبقات الفقيرة ضد الأغنياء. ثانيًا: الحرب بين الطبقات أو بين مجتمعات وبعضها. ثالثًا: المنافسة خاصة مع ندرة الموارد. رابعًا: عدم المساواة الهيكلية.[2] أما فلفريدو باريتو فقد رأي أن الصراع يتم بين الصراع يكون بين النخبة والعوام، سواء كانت هذه النخبة حاكمة (كالوزراء والمدراء العامين وقادة الجيش ورؤساء الجامعات والمؤسسات الكبيرة) أو غير حاكمة. و"العوام" عند باريتو هم المشتغلين في مهن لا تؤثر في مصير المجتمع مثل أعمال الكتابية والروتينية واليدوية والأعمال الحرة. وبينما كان الصراع في الفكر الماركسي هدفه السيطرة على أدوات الإنتاج، يسعى العوام في الصراع الاجتماعي الذي يطرحه بارتيو إلى انتزاع مراكز القوة والمسؤولية من النخبة، وتدافع النخبة بدورها عن ذلك[3]، ويذكر بارتيو ان الصراع الاجتماعي يجعل المجتمع أقل ديمقراطية وإنسانية وحرية[4]

لكن يبتعد مفهوم "الصراع الاجتماعي" في هذه الدراسة عن الرؤية الماركسية له لسببين: أولًا أن بعض الصراعات بين شخصيات (الحساب يجمع) تدور داخل نفس الطبقة الاجتماعية، مثلًا بين مجتمع الكادحات وبعضهن. وثانيًا: الصراع من أجل الثروة لم يكن حاضرًا بقدر ما ظهر الصراع من أجل المكانة. والتعريف الإجرائي للصراع الطبقي أو "الصراع الاجتماعي" في هذه الطبقة هو التضارب في المصالح والرغبات الناتج من محاولة كل شخصية اكتساب مزيد من المكانة الاجتماعية أو ما يساعدها على ذلك من مكاسب مادية.

---

[1] Weber, W. (2018). Class, status, party. In *Inequality* (pp. 37-54). Routledge.

[2] بريزة زلاقي، (2018) الصراع الطبقي عند كارل ماركس، رسالة دكتوراه، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، الجزائر.

[3] Lachmann, Richard. "Class formation without class struggle: An elite conflict theory of the transition to capitalism." American Sociological Review (1990): 398-414.

[4] Pareto, Vilfredo. The rise and fall of the elites: an application of theoretical sociology. Transaction Publishers, 1991.

"**مجتمع الكادحين**"

هو المحيط المكاني والاجتماعي لفئة العمالة غير المنتظمة، وهم – في هذه الدراسة–عاملات النظافة المنزلية، بما يشملهن وذويهن، كما يُستخدم التعبير للدلالة على مجموع القيم الأخلاقية والفكرية السائدة في هذا الوسط. و"الكادحين" هم الأشد فقرًا، ويعرف الاقتصاديون الفقراء بأنهم الشريحة التي تعامني تدني الدخل بما لا يكفي لإشباع حاجاتهم الأساسية، وتبذل جهدًا بدنيا ذا عائد مادي قليل وتقع على مسافة كبيرة ممن يملكون المال والسلطة[1].

"**التطلع الطبقي**" أو "**الصعود الاجتماعي**"

التعريف الإجرائي لذلك في هذه الدراسة هو سعي أحد الأشخاص إلى الإرتقاء في السلم الاجتماعي بحيث ينتمي لطبقة أعلى، غالبًا من خلال تعزيز مستواه الاقتصادي.

وتستخدم الدراسة مصطلحي "**الخادمات**" للدلالة على عاملات المنازل و"**الهوانم**" لمخدوماتهن من نساء الطبقة العليا، وهما اللفظتان اللتان يستخدمهما أبطال المسلسل. كما تورد "مجتمع الوراق" للتعبير على المحيط الجغرافي والاجتماعي والوسط الثقافي الذي تنتمي إليه عاملات المنازل و"الورّاق" هي الحي السكني الذي تدور فيه أحداث المسلسل.

فرضيات الدراسة

أولًا: اتساع الهوّة بين الطبقة الكادحة والطبقة الأكثر غنىً يؤثر على الصراع الطبقي.

ثانيًا: الكادحات من عاملات المنازل في احتكاك مستمر بالحياة المترفة في بيوت الطبقة الغنية، ما يحرك رغباتهن نحو الصعود الطبقي.

ثالثًا: الرغبة في الصعود الطبقي أمرًا صعبًا على عاملات المنازل، بالتالي قد يلجأن إلى حلول بديلة تعوّض إحباطهن من الواقع الاجتماعي.

رابعًا: الحلول البديلة أو آليات التكيف التي تلجأ إليها نساء الطبقة الكادحة للتغلب على الصراعات اليومية تتأثر بالاختراعات المستحدثة والتغيرات الفكرية والأخلاقية للمجتمع.

منهجية الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على القراءة التحليلية لمحتوى 30 حلقة من مسلسل (الحساب يجمع) بما يساوي نحو 18 ساعة من الدراما. وتصف الدراسة أدوات التعامل مع الصراع الطبقي داخل مجتمع عاملات المنازل. ويستهدف تحليل أحداث المسلسل والتفاعلات بين شخصياته الوقوف على أوجه التغير الاجتماعي والثقافي في طبقة اجتماعية معينة. لذلك. وباستخدام وحدتي الشخصية والموضوع. ولتتبع السرد، استخدمت الباحثة وحدات الدراسة على النحو التالي:

[1] سعيد، فرح، (2011)، التكيف مع الفقر تغيب للعدالة الاجتماعية، المجلة العربية لعلم الاجتماع، العدد 7، الصفحات 49–71.

أولًا–**وحدة الشخصية** وتشمل الإجابة على: ماهي الطبقة الاجتماعية التي تنتمي إليها؟ ما هي المكانة الاجتماعية التي تتمتع بها الشخصية داخل الدوائر الاجتماعية المختلفة؟ ما هي التغيرات النفسية والاجتماعية والقيمية التي لحقت بالشخصية عبر زمن الدراما؟

ثانيًا –**وحدة الموضوع**، وتشمل الإجابة على: ما هي صورة الصراع الطبقي المرسوم بها الشخصيات؟ ما هي أسباب الصراعات الدرامية؟ ما هي الطموحات أو الأهداف التي تسعي إليها الشخصيات الدرامية من هذا الصراع؟ ما هي أدوات التعامل مع هذه الصراعات؟

العينة: تعتمد الدراسة على تحليل 30 حلقة من مسلسل (الحساب يجمع) بما يساوي نحو 18 ساعة من الدراما. وفي العام نفسه عُرضت عدة أعمال درامية ظهرت فيها فئة العاملات في المنازل، لكن استبعدتهم الباحثة من العينة. فنجد (ستات قادرة) يحكي عن ثلاث نساء اثنتين منهما ريفيتان تعملان في تنظيف المنازل في القاهرة، وهي المهنة التي يضطررن إليها، وتتطلع كلٌ منهما إلى تركها والصعود في السلم الاجتماعي حتى لو من خلال الأعمال غير المشروعة.

وتدور أحداث (الحساب يجمع) عام 2017، فهي أحداث معاصرة لتاريخ العرض، ويركز على فئة عاملات المنازل يعانين من تهميش اجتماعي وقانوني واضح في مصر، فعلى سبيل المثال لم توقع مصر على اتفاقية (لعمل اللائق للعمالة المنزلية) منذ صدورها عام 2011، وهي احدى اتفاقيات العمل الدولية وتنص على تمتع العمال المنزليين بالحقوق الأساسية التي يتمتع بها أي عامل آخر، بما في ذلك ساعات عمل معقولة، وراحة أسبوعية. أما المحيط المكاني لأحداث المسلسل فهو حي الورّاق الشعبي في القاهرة.

الدراسات السابقة

كانت الدراما محل دراسة الباحثين مصر منذ عقود، وأجرى عبد الرحيم درويش[1] دراسة مسحية للبحوث المصرية التي تناولت الدراما خلال الخمسين عامًا بين 1960 و2010، ليظهر أن أكثر من 32 بالمئة من البحوث تناول تأثير الأعمال الدرامية على الجمهور وإدراكه لمشكلات المجتمع، وفي المرتبة الثانية بحوث الصورة كما تقدمها الدراما بنسبة 27 بالمئة من الأبحاث، وشملت صورة المرأة والطفل والمراهق والمسن والبطل والإرهابي والمكفوفين. وتناولت المرأة حوالي 14 بالمئة فقط من البحوث الأكاديمية خلال هذه الفترة بواقع 19 بحثًا. اللافت أنه 11 من 19 بحثًا خلصوا إلى أن صورة المرأة تتعرض للتشويه في الدراما.

وفي تعليقه على نتائج الدراسات والمسوح العلمية التي أجريت عن صورة المرأة في الإعلام العربي، يلفت محمد شومان إلى اعتماد هذا الإعلام على خطاب تقليدي يؤكد ارتباط دور النساء بمواضيع الموضة والتجميل والأزياء والطهو والرشاقة والإنجاب والتربية. ويعلق بأنها "مواضيع قد لا تهم قطاعات مؤثرة من الفتيات والنساء، كما أنها لا تشجع المرأة على المساهمة في جهود التنمية أو تمكنها من ممارسة حقوقها

[1] عبد الرحيم درويش، (2015)، بحوث الدراما في مصر في خمسين عام 1960: 2010، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون، العدد 3، الصفحات 105-179

القانونية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية"[1]. ومنذ عام 2018 تخضع الدراما المصرية المنتجة إلى (الكود الأخلاقي للمرأة في الإعلام) وهو مدونة من المعايير الإعلامية أعدها المجلس القومي للمرأة وقدمها إلى المجلس الأعلى للإعلام عام 2018. وتشجع هذه المدونة على إنتاج المسلسلات التى تبرز الدور الوطني والاجتماعي والتاريخي للمرأة المصرية والتركيز على دور المرأة الإيجابي وتعزيز مكانتها الأسرية والمجتمعية وإسهامها في عملية التنمية.

وقدمت لميس علاء الوزان[2] تحليلا شاملا لمسلسلات قدمت الصراع الطبقي في مقارنة بين مسلسلين (ابن حلال) و(أزمة نسب)، واستهدفت هذه الدراسة الاستطلاعية الوقوف على أبرز القضايا الملحة بين الطبقات الاجتماعية وكيف تستغل كل طبقة الأخرى. فقدمت الباحثة ملامح كل طبقة من خلال المرحلة السنية للشخصيات والمستوى المعيشي لهم، ثم استعرضت – من واقع أحداث المسلسلين–المشكلات التي تواجهها كل طبقة اجتماعية ومن ثمّ المشكلات بين طبقتي الفقراء والأثرياء. وفي إطار الصراع الطبقي–أيضًا–قدمت أماني عبد الرؤوف دراستها[3] عن الوضع الاجتماعي للمرأة المصرية كما تقدمه الدراما التليفزيونية، ومدى تطابقه مع الواقع الفعلي. لكن الجانب الأكثر ارتباطًا بهذه الدراسة من الوضع الاجتماعي هو القيم الاجتماعية المرتبطة به. وأفردت سماح عبد الله عبد الحميد كتابها (القيم الاجتماعية في الدراما المصرية) لمناقشة القيم الاجتماعية للشخصيات في مسلسلي (الحارة) و(زهرة وأزواجها الخمسة) وارتباط ذلك بالتعبيرات اللفظية المستخدمة، بل بأيدولوجيا المؤلف كذلك وانعكاسها في العمل الدرامي وتأثيرها على تسيير أحداثه[4].

ومع تصاعد موجات الفقر في دول الجنوب العالمي ظهرت كثير من الدراسات حول تكيف الفقراء على تفاقم الأوضاع، وركزت على الأسرة أو اختصت بالمرأة تحديدًا. على سبيل المثال، قدمت كرب[5]. 26 آلية للتغلب على محدودية الدخل تستخدمها الأسر الفقيرة في الأفريقية للتغلب على المجاعة، و قسمتها إلى آليات لزيادة ساعات العمل، وآليات لترشيد النفقات، وأليات تغيير تركيبة الأسرة. ومؤخرًا –فقط–بدأت تظهر هذا النوع من الدراسات في العالم العربية، خصوصًا في المناطق التي تتعرض لكوارث طبيعية وغالبها يقع خارج مجال الإعلام، إنما في الجغرافيا وعلوم الاقتصاد والاجتماع. واللافت أن جانبًا منها

---

[1] محمد شومان:" ملاحظات على بحوث صورة المرأة في الإعلام" جريدة اليوم السابع (النسخة الإلكترونية) منشورة بتاريخ 23 ديسمبر 2017.

[2] لميس علاء الوزان (2017)، الصراع الطبقي في الدراما المصرية (دراسة تحليلية مقارنة) في إطار نظرية صراع الطبقات الاجتماعية، المجلة المصرية لبحوث الأعلام، العدد 60، الصفحات 111–135.

[3] أماني عبد الرؤف (2004)، الوضع الاجتماعي للمرأة المصرية كما يعكسه التلفزيون المصري وعلاقته بالواقع الفعلي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر.

[4] سماح عبد الله عبد الحميد (2017)، القيم الاجتماعية في الدراما التليفزيونية، القاهرة–مصر، دار العربي للنشر والتوزيع. مصر.

[5] Corbett, J. (1988). Famine and household coping strategies. *World development*, *16*(9), 1099-1112.

يركز على المرأة في الطبقة الأكثر فقرًا. على سبيل المثال تطرح رانية أحمد جبر [1] الطرق التي تلجأ إليها المرأة الحضرية الأردنية للتعامل مع ظروف الفقر.

كما رصدت رهام صلاح الدين[2] نوعية المشكلات الاقتصادية التي تقدمها المسلسلات التليفزيونية المصرية ومدى ارتباطها بالواقع الفعلي، ما يعد محاولة قيّمة للإجابة على التساؤل حول واقعية تقديم صور التكيف مع الفقر. وأظهرت الدراسة أن التفاوت الطبقي كانت المشكلة السائدة في عينة الدراسة (100 ساعة من المسلسلات تم عرضها خلال عام 2011). لكن هذه المسلسلات لم تظهر ريف الوجه القبلي في مصر، وهي المنطقة الأشد فقرًا بالبلاد[3]. وقارنت الدراسة نفسها أساليب تكيف الأسر المصرية على المشكلات الاقتصادية في الواقع بما قدمته الدراما التليفزيونية من مسلسلات وأفلام، ووجدت أن بعض الأساليب لم تظهر مطلقًا مثل استخدام شبكات الضمان الاجتماعي. وتتبعت ناهد السيد أحمد نصر [4] العلاقة بين المتغيرات النفس–اجتماعية لدى المرأة المصرية المعيلة – ومن بينها جودة الحياة– وظهور المشكلات، لتجد ارتباطًا بين المشكلات السكنية والأسرية والنفسية بالدرجة الكلية لجودة الحياة على نحو دال إحصائيًا. وتتمثل جودة الحياة في مدى إشباع الحاجات الإنسانية وعلاقتها بالمدركات الشخصية أو الجماعية للرفاهة الشخصية.

اللافت أنه تصوير المرأة الكادحة في الدراما لم يأخذ حيزًا كبيرًا، فحتى عام 2000 سيطرت صورة المرأة الميسورة اقتصاديًا المرتفع، ففي دراسة مسحية أجراها محمود يوسف[5] شملت 12 فيلمًا عرضهم التليفزيون بين يناير/ كانون ثان ومارس/ آذار من عام 2000 وجد أنه وبنسبة 46 بالمئة ظهرت المرأة ذات المستوى الاقتصادي المرتفع. وفي السياق نفسه، أظهرت دراسة مؤسسة المرأة الجديدة[6]. عن المسلسلات المعروضة في التليفزيون المصري خلال شهر رمضان 1423 يظهر أن النساء شكلن 33 بالمئة فقط من الشخصيات الدرامية، وأن ما لا يزيد عن 16 بالمئة من الشخصيات ينتموا إلى الطبقات الكادحة.

وفي الملصق الإعلاني للمسلسل محل الدراسة، تظهر البطلة مرتدية الحجاب، وفي أحداثه ترتديه ابنتيها وكل أبناء مجتمع الكادحات، وحتى عام 2011 كان تفسير الشباب من الجمهور (من سن 18 إلى 21 عامًا) لظهور المرأة المحجبة مرتبط بما يمليه عليه مجتمعها من ضرورة احتشام المظهر (نسبة 25 بالمئة

---

[1] رانية أحمد جبر (2015)، آليات تكيف المرأة الحضرية الفقيرة دراسة على عينة من النساء المنتفعات من صندوق المعونة الوطنية في قصبة الزرقاء. مجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 42، الصفحات 462–447.

[2] رهام صلاح الدين (2012)، المشكلات الاقتصادية للأسرة المصرية كما تعكسها المسلسلات والأفلام واتجاهات الجمهور نحوها، المجلة العلمية لجامعة 6 أكتوبر، العدد 1، الصفحات 129–147.

[3] المرجع السابق ص 135

[4] ناهد السيد أحمد نصر (2017)، المشكلات وعلاقتها النفس اجتماعية بالمرأة المصرية المعيلة، مجلة كلية التربية بجامعة الأزهر، العدد 172، الصفحات 173–224.

[5] محمود يوسف (2001)، صورة المرأة في الأفلام السينمائية التي يقدمها التليفزيون، دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 10، الصفحات 49–71.

[6] عزة كامل ونولة درويش (2002)، نمّط. الصورة تطلع وحشة، مؤسسة المرأة الجديدة، القاهرة.

من المشاركين). وجاءت نسبة الفتاة المحجبة إيجابية بنسبة 72 بالمئة (عمر وآخرون، 2011)[1]. ولا تختص هذه الدراسة بالصورة التي يظهر بها الحجاب في حد ذاته، إنما تناقش توظيفه في الدراما كرمز للانتماء الطبقي.

نتائج البحث

الشخصية الرئيسة في المسلسل هي (نعيمة) السيدة التي بدأت العمل كخادمة بعد اختفاء زوجها كي تستطيع تربية ابنتيها (منة) و(هنا). لكن (نعيمة) لها من إثمها نصيب، فهي أفضل وضعًا من قريناتها، فقد تخرجت ابنتها الكبرى في الجامعة وتواصل الصغرى الدراسة. اعتزلت (نعيمة) العمل في تنظيف المنازل، لتصير "مخدّماتية" أو مسؤولة عن توظيف عاملات المنازل لدى أرباب الطبقة الراقية. إلى جانب ذلك تشرف على مشروع تعمل به عدد من نساء الحي لإعداد وجبات طعام وبيعها ل"الهوانم" من المخدومات وأصدقائهن.

وصارت (نعيمة) ذات مكانة اجتماعية في محيطها المكاني في الوراق، فهي مشرفة على العاملات ومديرتهم ولا تعمل بيدها. ويظهر هذا التعزيز الطبقي لنعيمة في مظهرها، فهي ترتدي ملابس ملونة وتهندم حجابها وحقيبة يدها على عكس غالبية الجيران اللاتي يلبسن العباءة السوداء ويضعهن حاجتهن في محفظة يد. لكن ما أن تخرج (نعيمة) من الوراق إلى أحد الأحياء الراقية التي يسكنها زبائنها إلا ويظهر وضعها المادي والاجتماعية الأقل منهم. وتتفق (نعيمة) مع سائق عربة صغيرة (ميكروباص) لتوصيل ابنتيها (منة) و(هنا) من الجزيرة إلى خارجها والعكس، فيما يبدو محاولة لحمايتهن من الصراع الاجتماعي الذي تعيشه هي عند خروجها من الورّاق.

ويحيط بنعيمة صديقتها المقربة (أم كمال) والخادمات، خصوصًا (سماح) التي تعمل في تنظيف البيوت وتبيت لدى (نعيمة) أغلب الليالي إذ لا بيت لها ولا تعرف هوية والديها. و(عبير) السيدة الرقيقة التي تسعى للحصول على مصدر دخل بعد إصابة زوجها بما يجعله عاجزًا عن العمل فتتجه إلى تنظيف البيوت دون علمه. هناك كذلك الطفلتان (رضا) و(انتصار) اللتان يأتي بهما والدهما من الريف كي تعملا لدى الأغنياء فيأخذ أجرهما للإنفاق على أسرته. وبجانب هؤلاء يظهر (الحاج فتحي) صاحب الأملاك والنفوذ في الحي، الذي يعرض على (نعيمة) الزواج فترفض، ليهددها بالسجن كونها قد استدانت منه على مدار سنوات مبلغًا باتت تعجز عن سداده، لكن يتعرض للقتل على يد ابنه، ومن بعده يسيطر على المنطقة ابنه (الحاج نور) الذي يبدأ في شراء عقارات المنطقة، لكن (نعيمة) ترفض البيع أيضًا. ويظهر بعدهما (كرم) ابن شقيق (نعيمة) الذي اختفى في المراهقة ثم عاد. وتكشف الأحداث أن (نعيمة) و(كرم) شركاء في جريمة قتل زوجها بعد أن وجداه يخونها مع والدة (كرم)، وقاما بدفن جثته في فناء المنزل، وهو

[1] جمال عبد الحي عمر وسعاد محمد مصطفى الجوهري ومحمد علي محمد غريب (2011)، صورة الفتاة المحجبة في الأفلام التي تعرضها قنوات الأفلام الفضائية وعلاقتها بصورتها الذهنية لدى شباب الجامعات، مجلة دراسات الطفولة، العدد 52 الصفحات 209–224.

ما يفسر رفض (نعيمة) القاطع لبيع المنزل، إذ تخشى أن يقوم (الحاج نور) بهدمه، بالتالي يعثر على جثة زوجها وتنكشف جريمتها.

الواقع الاجتماعي للخادمات

أولًا–مجتمع "الخادمات" متفاوت طبقيًا على أسس المال والتعليم والخبرة داخل المهنة

كما توجد الفروقات الطبقية في المجتمع، توجد أيضًا في مجتمع الورّاق الصغير، وتُبنى الطبقات داخل مجتمع الكادحين بنفس الشكل الذي تُبنى به خارجه، على أساس التفوق المادي والتعليمي وأحيانًا العائلة والنسب. وينقسم الهرم إلى المديرين المتعاملين مع الطبقات الأعلى، مثل (نعيمة) التي تمتلك علاقات مع "الهوانم" وتتلقى طلبات التخديم وتحضر العاملات وتتفاوض على أجرهن. تليها فئة عاملات التنظيف المتمرسات، وتمثلهن (سماح) وهن الفئة الأكثر عزمًا على التصارع سواء مع "الهوانم" أو المديرين، إذ تشعر بالاستغلال من مخدوماتهن والخضوع لمديرتهن، فهي تصف (نعيمة) بانها "الست اللي بأكل عرقنا"[1]. وفي قاع الهرم نجد الخادمات المُستجدات اللاتي وجدن أنفسهن مضطرين في العمل بالمهنة، ومنهم الطفلتين (رضا) و(انتصار) و(عبير). وهناك–أيضًا–المستفيدين من العلاقة بين الخادمات ومخدوماتهن، مثل (أم كمال) التي تشرف على صناعة الطعام للهوانم وتحضير الخادمات المُستجدات للعمل. كما نرى في المسلسل أن أصحاب الدرجة الاجتماعية المرتفعة –نسبيًا في طبقة الكادحين– يحاكون سلوك الطبقة المتوسطة والعُليا تجاهم في تعاملهم مع الأكثر فقرًا، فمثلا عندما تختلف (أم كمال) مع رأي (نعيمة) تخبرها الأخيرة–على سبيل التقريع–بندمها على كفالتها في بيتها، فترد (أم كمال) على (نعيمة) بأنها مثل (الحاج فتحي) تمُنّ على الأخير بمالها مثلما يبتزها هو بالدين الذي اقترضته منه.

لكن أصحاب المكانة الاجتماعية الأفضل داخل مجتمع الكادحين ليسوا كذلك خارجه، وهو ما يولّد قدرًا من الصراع الداخلي لديهم بجانب الصراع الاجتماعي الخارجي، مثل (منة)– الابنة الكبرى لنعيمة– فهي جامعية وتعمل في شركة إعلام تتزامل فيها مع من هم أفضل منها ماديًا واجتماعيًا، لتجد نفسها بين مجتمعين تحاول أن تبقي كل منهما منفصلًا عن الآخر إلى حين فرارها من الورّاق إلى طبقة اجتماعية أعلى، ويظهر ذلك في مظهرها الغارق في تفاصيل الاكسسوارات التي يظهر أنها تغطي بها شيئًا لا تحب أن يراه الآخرون خارج الوراق، كذلك طريقة لف حجابها غير التقليدية التي تبدو محاولة مبالغة منها لإثبات أناقة.

ثانيًا– لا يوجد نمط واحد لعلاقة المرأة الكادحة بواقعها

تتفاوت علاقة نساء مجتمع الخادمات بوضعهن الاجتماعي بين القبول الكامل في حالة (أم كمال) التي قضت عمرها في تنظيف المنازل قبل أن تصبح من يعد الخادامات المستجدات للعمل، وبين التمرد الشديد في حالة (سماح) التي تحب أن تكيد مخدومتها (مريم)، بل تسرقها معتبرةً أن ذلك حقها، وتقسم

---

[1] السيدة التي تستولى على أجورنا

المسروقات مع شركائها (حودة) و(كرم) ومديرتها (نعيمة)، وتعتبر أن العدل هو أن تأخذ أموالًا تحتاجها لن تصنع عجزًا ماليًا لدى (مريم) الثرية التي تتعالى عليها.

بينما تعيش (نعيمة) حالةً وسطى بين رضا (أم كمال) وتمرد (سماح)، فهي أحيانًا تبالغ في إظهار اعتزازها بمهنتها والإعلان عنها، فعلى سبيل المثال تنهر (مازن) الذي يطلب الزواج من ابنتها (هنا) عندما يناديها "طنط" قائلةً "اسمي نعيمة" في لهجة تنفي بها انتمائها لمجتمع الهوانم. وفي أحيان أخرى تعلن (نعيمة) رفضها لحقيقة تدنيها الطبقي الذي تجده سببًا لمعانتها، فعندما تتشاجر مع مخدومتها حول حساب الطعام الذي أعده معاونيها في الورَّاق للهانم تقول لها "ربنا اللي خلقكم هو اللي خلقنا"و"أنا مش باشحت"[1]، بل تقرر تجاوز الفارق المادي بينها وبين مخدومتها برفض تحصيل ثمن الطعام وتقول لها "اعتبريه هدية". وتصل (نعيمة) إلى قناعةٍ تضعها في مكانةٍ متساويةٍ مع مخدوميها هي "كلنا خدامين أكل عيشنا" أي الشخص أيًا كان وظيفته لديه مخدوم يجعل منه خادمًا. المثير أن العبارة ذاتها تتكرر على لسان زوج (مروة) مخدومة (سماح) الذي يؤكد لزوجته في حوار بينهما أن "كلنا خدامين"، ويحثها على الرفق بخادمتها والتوقف عن النظرة الدونية إليها، لأنها هي نفسها خادمة بالنسبة لآخرين، فيقول "زي ما بتبصي على الناس اللي تحتك كده، الناس اللي من فوقك هيشوفوكِ كده"[2].

ويسيطر الخوف والترقب على علاقة الجديدات في العمالة المنزلية بمهنتهن، حيث(رضا) و(انتصار) لا تستوعبان واقعهما كخادمات، لكنهما تشعران بعدم الأمان بعيدًا عن أسرتيهما، لتصبحان في تطلعٍ دائمٍ إلى الحنان من مخدوميهم، سواء بالعناية بهن والكلام اللطيف معهم أو بتقديم الأموال لهن. تعيش (عبير) أيضًا في حالة من عدم الأمان التي تعالجها بالحذر الشديد، فمن ناحية هي تعمل في مهنة جديدة عليها، ومن أخرى تخفي هذه المهنة عن زوجها، لتجمع بين الخوف من المخدومة ومن انكشاف أمرها أمام زوجها. لكن عندما تتوظف لدى (شهيرة) السيدة البشوشة التي تحسن معاملتها، تتقبل مهنتها الجديدة تدريجيًا وتُخلص في العمل. غير أن علاقة (عبير) بمخدوميها تتبدل تمامًا بعد أن تكتشف بالصدفة أن (الدكتور وليد) زوج (شهيرة) زرع كاميرا مراقبة في الحمام لمراقبتها ولديه فيديو تغيّر فيه ملابسها، فتتفق مع (نعيمة) وتتحالفان للانتقام منه، وتجد (عبير) في تنفيذ خطة الانتقام التي وضعتها (نعيمة)، إذ تشعر أنها أضعف من مخدوميها وأن ميزان العدالة الاجتماعية غير متزن بينها وبين (الدكتور وليد) وغياب هذه العدالة هو ما شجعه على انتهاك حرمتها. وتمضي (عبير) في وضع عقار منوّم لجميع الأسرة في طعام الغداء وسرقة الحاسوب المحمول لمخدومها – والذي يضم فيديو التجسس–لتتولى (نعيمة) ابتزازه بعدها.

ثالثًا: عاملات المنازل ومخدوماتهن يعترفن بالتفاوت الطبقي

يحاول مسلسل (الحساب يجمع) عرض مفهوم الفريقين–الخادمات والهوانم–للطبقية والتمايز الاجتماعي، فنجد في حالة (سماح) ومخدومتها (مروة) النموذج الصارخ للصراع الطبقي الناتج عن تطلع الكادحين

---

[1] أنا لا أتسوّل

[2] كما تنظرين لمن دونك باستعلاء سوف نظر إليك من هم أعلى منك بالنظرة ذاتها

للصعود الاجتماعي، فكلتاهما لا ترى استحقاق الطرف الآخر للحصول على ما ينقصه. (سماح) ترى أن الهوانم "يستحقون" السرقة، ولا ترى في ذلك ظلمًا لهن، لأن الأموال التي تسرقها منهن سوف تفيدها ولن تضر(مروة) الثرية، أو كما تصفها (سماح): "إذا كانت الفلوس دي اللي في البيت، يبقى فيه كام في البنك؟"[1]. وترى (سماح) أن الهوانم يعتبرون الخادمات "شوية كلاب، وأقل من الكلاب اللي بيربوهم في بيوتهم". أما (مروة) فتعتبر (نعيمة) لا "تستحق" الدعم النفسي والمادي الذي تقدمه لها والدتها (كاميليا)– ومخدومة (نعيمة) السابقة– وتقول "اشمعنى نعيمة تلاقي لما تتزنق تلاقي اللي يسندها؟"، فهي ترفض تميز (نعيمة) عليها في نيل الدعم النفسي والمادي.

على الجانب الآخر، يضع المسلسل صورة (دينا) مقابل (مروة)، فهي مدرسة جامعية شابة، تبدو منفتحة ومحبة للحياة–بعكس مروة العصبية المتعجرفة– وترفض عمل (انتصار) الصغيرة لديها، بل تظهر الأحداث أن أخت زوجها تعمدت أن تأتي إليها بخادمة صغيرة السن كي تظهر (دينا) بمظهر الشخص المتناقض، إذ أنها من المدافعات عن حقوق الطفل. وبالفعل، تمنع (دينا) خادمتها الطفلة من القيام بأعمال المنزل، وتشاهد معها أفلام الكارتون وتصطحبها إلى الملاهي. وفي نهاية الأحداث تود (دينا) تغطية الفجوة الطبقية بإرسال الفتاتين للتعليم. وفي مشهدٍ ذي دلالة تزور (دينا) منزل (نعيمة) في الوراق وتتحدث مع (أم كمال) عن جريمة تشغيل هاتين الطفلتين، لكن عاملة التنظيف السابقة تشرح للهانم أنه لا يمكنها الحكم على موقف والد الطفلتين أو تقييم وضعهما لأنها لا تفهم ظروف الفقر التي يعشنها، فيما يبدو تعبيرًا عن عدم جدوى معالجة التفاوت الطبقي أو ترقية المستوى الاجتماعي للكادحات، لكن (دينا) تنجح على الأقل في إرسال الفتاتين للتعليم.

ويظهر–من أحداث المسلسل– أن الطبقة العليا تفهم التفاوت الحاصل في محيط الطبقة الكادحة، وتستغله، وذلك في حالة (مريم) المذيعة المعروفة وزوجة أحد أثرياء البلد ووالدة (مازن) زميل (هنا) التي تتحاور مع (نعيمة) وتصارحها بعدم رضاها عن علاقة أولادهم، لتسألها (مريم) في ذكاء ما إذا كانت تقبل أن تزوج ابنتها إلى بائع متجول أو "فلاح فارش فرشة"؟ لتشرح لها كلتاهما ترفض اقتران أبناءها بالأدني منهم اجتماعيًا. و(مازن) يفهم هذا التفاوت أيضًا، فيعمد إلى الانتقام من والدته – بسبب انفصالها عن والده وخداعه–عن طريق الزواج من (هنا)، ويختارها لأنها من الطبقة الأقل ماديًا واجتماعيًا، أو كما يقول "انتي بيئة البيئة"[2]، فهو يفهم أن هناك درجات من الفقر. وتعرف الطبقات الأعلى اجتماعيًا رغبة مجتمع الخادمات في الصعود الطبقي، ويلوّح (الحاج نور) بإمكانية هذا الصعود عندما يطلب من (سماح) التعاون معه لصالح موافقة (نعيمة) على بيع منزلها له، فيخبرها باستعداده دفع أجر كبير نظير تعاونها معه "وسماح الخدامة هتبقى سماح الهانم".

---

[1] إذا كانت تحتفظ بكل هذه الأموال في منزلها، فلابد أن هناك أكثر منها بكثير في حسابها المصرفي

[2] "بيئة" كلمة في العامية المصرية تستخدمها الطبقة المتوسطة لوصف أصحاب المستوى الاجتماعي والثقافي المتواضع

كما يظهر استغلال الطبقة العليا للكادحين أمرًا واضحًا بل متفق عليه بطريقة أقرب إلى الصفقة، فالشخصية الإعلامية الثرية التي يضغط مدير (منة) عليها لمقابلتها في غرفة الفندق هو (عمرو الشربيني) الذي يقابلها في الغرفة بملابس الحمام ويخبرها بإنه لم يصر على مجيئها إليه بسبب جمالها، بل يتهكم على ذلك، ليصارحها بأنه يحب لحظة انكسارها عند دخولها الغرفة "أحب أشوف اللي زيك وهو جاي لحد هنا" ويواصل "انا ماعرفش عنك غير فيدوهاتك الفاشلة ودمك اللي يلطش والقمطة اللي تقرف اللي حاطاها فوق راسك[1]".

لكن استغلال هذه الرغبة في الصعود الطبقي ليست شائعة، فالأكثرية في الطبقة الغنية ترفض فكرة التطلع الطبقي لدى الكادحين، مثلًا، تضع (سماح) قطعة ملابس من دولاب مخدومتها على جسدها أمام المرآة متخيلة هيئتها به، فتصرخ (مروة) عندما تراها وتؤكد "الفستان ده أنا هاحرقه" في عبارة تجسد الرفض القاطع لأية محاولة من خادمتها للإقتراب أو التطلع لمستواها الاجتماعي.

آليات تكيف عاملات المنازل مع الصراع الطبقي

يظهر المسلسل أن النساء الكادحات، تحديدًا عاملات المنازل، يلجأن إلى استخدام عدة أدوات أو سلوكيات للتعامل مع مشكلاتهن اليومية. ويدور هذا التعامل إما في إطار الهروب المؤقت من الواقع، أو محاولة تغييره، أو إعادة تعريفه. وفي المسارات الثلاث لهذا التعامل تحاول الكادحات تجاوز الفوارق الطبقية سواء من خلال الرد على التهميش والإذلال من الآخر بالانتقام، أو من خلال تعديل أوضاعهن أمام أنفسهن (النظر للواقع بشكل مختلف) أو أمام المجتمع.

1–آلية الهروب المؤقت:

الهروب من الواقع هو أحد تكتيكات تعامل المرأة الكادحة مع مشكلاتها، وتتعدد أشكاله، فالأبسط هو الخروج ممن الحيز المكاني، ويظهر الخروج من حي الورّاق هدف لدى (منة) و(هنا) اللتين تنجحان في الانتقال إلى أحياء ومساكن الطبقة العليا بعد زواجهما. وحتى أثناء عيشهما بالحي الفقير، تمتلىء غرفة الفتاتين بكل ما يمكنه التشويش على حقيقة وجودها في الوراق، سواء ورق الحائط المزخرف أو الملصقات للفنانين الأجانب.

ونجد الهروب ممن الواقع واضحًا في قصة (رضا) و(انتصار)، فهما سعيدتان بالوصول إلى القاهرة التي صارت واقعًا لهم بديلًا عن القرية النائية التي ولدوا بها، وتلعب (أم كمال)– المنتمية لواقع مشابه– على هذا الوتر، فتريهما المدينة من سطح منزل (نعيمة) "شوفوا مصر حلوة ازاي!"، وما أن تخرج الطفلتان من الوراق، إلا ويظهر على وجهيهما الانبهار والسعادة طوال الطريق إلى المجمع السكني الراقي حيث مخدومتيهما. لكن المساحة الجغرافية لا تعني شيئًا بالنسبة إلى (سماح) التي تجد نفسها في قاع الطبقة

[1](دمك اللي يلطش) ثقل دمك، و"القمطة" تعبير تهكمي عن حجاب الرأس

الاجتماعية داخل الوراق وخارجها، وتردد "إمارة هنا وإمارة هناك"[1]، فحتى في الحي الفقير هي في خدمة (نعيمة).

ومن طرق الهروب المؤقت من واقع الخادمات أيضًا التدخين، ويظهر على صورته النمطية في الدراما كوسيلة تعوّض بها الشخصية إحباطاتها. ولا نجد كثير من المدخنات، هناك (وفاء) أخت زوجة (عبير) الموظفة الأربعينية التي لم تتزوج وتدخن سرًا مبررة "أهي سيجارة بتونّس بيها طالما مافيش راجل"[2]. هناك أيضًا (هنا) و(منة) اللتان تدخنان الحشيش من وقت لآخر دون علم أمهما. ومن مجتمع الهوانم تظهر (دينا) مخدومة (انتصار) التي ترفض عمالة الأطفال تدخن أيضًا، فيما يبدو هروبًا من مشكلاتها مع أسرة زوجها.

كما باتت وسائل التواصل الاجتماعي أداة للهروب من واقع الخادمات، فنجد أن (منة) صاحبة قناة على (يوتيوب) يزيد متابعيها عن 350 ألف شخص. وفي الظهور الأول لهذه الشخصية التي تجمع تناقض الفقر النسبي–في السلم الاجتماعي– والغني النسبي داخل طبقتها الاجتماعية، تصنع (منة) فيديو للبنات، فتظهر وهي تخاطب كاميرا هاتفها النقال لتشرح للفتيات كيفية الإيقاع برجل. لكنها تضطر لوقف التسجيل عندما يرتفع صوت موسيقا (المهرجانات) الشعبية، فالواقع أفسد عليها محاولة الهروب منه. ويظهر أن (سماح) وراء إفساد هذه المحاولة، فهي تغار من تفوق (منة) الطبقي عليها، وتطلب من أحد سائقي التوكتوك[3] أن يرفع صوت الموسيقا في مركبته من باب أن تتسلى هي والعاملات أثناء إعداد الطعام الذي تبيعه (نعيمة) للهوانم، ويظهر أنها تريد إيقاظ (منة) وإزعاجها. لكن –على مدار أحداث المسلسل–تمضي (منة) في استخدام الإعلام الاجتماعي للهروب من واقعها، فتجد في أعداد المعجبين والمتابعين نوعًا من التقدير الاجتماعي يصعب الحصول عليه في الواقع. وعند إحساسها بالصدمة بعد أن عرض صاحب العمل عليها زيارة أحد الزبائن في غرفة فندقية، تلجأ أيضًا إلى مجتمعها الافتراضي على شبكات التواصل الاجتماعي، فتقف فوق سطح المنزل تنظر إلى الورّاق والقاهرة ليلًا وتبدأ في تسجيل فيديو لمتابعيها. اللافت أن (منة) تتحدث للمتابعين عن النيل وكيف أنه يمر على الجميع من غني وفقير، فتحيل أزمتها النفسية–تجاه عرض صاحب العمل– إلى التفاوت الطبقي أيضًا.

أما "الذات الكاذبة" فهي التكتيك التي تتبعه (هنا) للتهرب من واقعها عندما تكون خارج الوراق، و"الذات الكاذبة" هي المصطلح الذي يطرحة دينيكوت للتعبير عن الصرة المزيفة التي يرسمها الفرد لنفسه أمام الآخرين في سبيل حصوله على الصلاحية الاجتماعية منهم[4]. ففي الجامعة لا تخبر (هنا) أحدًا عن مكان سكنها، ولا تدعي غير ذلك، لكنها تدع الآخرين يصنفونها على أنها ابن الطبقة المتوسطة، وتدعم

---

[1] أجد التعالي داخل الوراق من أهل الحي والتسيّد خارجه من المخدومات

[2] مجرد سيجارة أئتنس بتدخينها تعويضًا عن الفراغ العاطفي

[3] مركبة أجرة صغيرة الحجم تنتشر في الأحياء الشعبية كونها تستطيع الحركة داخل الأزقة الضيقة

[4] نهى عاطف (2016) الإعلام الشعبي .. بين دولة الإعلام وإعلام الدولة. دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

ذلك بارتداء ملابس غالية الثمن تصر أن تحضرها لها (نعيمة). وتتشابه مع (سماح) مع (هنا) في الهروب من الواقع باستخدام الذات الكاذبة، لكن (سماح) ليس لديها مجتمع إضافي يمكنها الترويج لصورة مفبركة لنفسها من خلاله، فحياتها بين المخدومين والوراق. مع ذلك تصر(سماح) على أن تكون مثل النخبة الاجتماعية في الطبقة الكادحة، فتحب أن يكون لديها أفضل الثياب وتشترط على (حودة) أن يسترضيها بشراء عباءة جديدة.

2–آلية التكيف على الواقع

لجأت معظم الخادمات إلى تعويض الفوارق الطبقية من خلال الطعام، وهو تعويض مؤقت يستهدف دفع شعور الحرمان أو عدم القدرة على عيش تفاصيل حياة الهوانم. فنجد (رضا) تتفق مع (انتصار) على شراء الحلوى التي يرينها في المتجر بعد أن يعطيها مخدومها اموالًا لصالحها خارج راتبها الذي يقبضه والدها. يتكرر الأمر مع (عبير) التي تجد في برّاد مخدومتها حلوى مستوردة، فيكون أول ما تشتريه عند قبض راتبها هو شراء مثل هذه الحلوى لابنتها.

حتى الهروب إلى الطعام كمتعة في ذاته تحمل في طياتها الرغبة في التشبه بالهوانم، فتطلب (سماح) من (حودة) أن يدعوها للغداء في مطعم ويشتري لها البوظة كي يسترضيها. لكن يبدو أن محاولتهما للهروب المؤقت من الواقع لا تفلح، فعندما يذهبان إلى (كافيه) أو مقهى عصري لا يتمكنان من قراءة قائمة الطعام والمشروبات وما يلبثان أن يشعرا بالاغتراب داخل المكان، فيقرران الخروج منه وارتياد أفضل محل كشري، في رمزية واضحة إلى صعوبة الصعود خارج الطبقة الاجتماعية المنتمين إليها.

كما ظهر الجنس كوسيلة للهروب المؤقت من الواقع، مثلًا ترد (عبير) على زوجها مداعبة "طيب واللي حصل جوه من شوية ده إيه؟" عندما يخبرها أنه لا شيء في حياتكم يحمل ما يسر الخاطر. وحتى ما دون الجنس من حديث معسول هو طريق للتخلص من إحباطات الواقع، فمثلًا تتصل (سماح) هاتفيًا ب(حمودة) وتطلب منه أن يسمعها ما ينسيها الإهانات التي تلقتها من (هنا) بعد شجارهما معًا. ويظهر استخدام الدلال كوسيلة لتجاوز مشكلات الواقع وتحقيق المصالح عندما تنصح (نعيمة) معاونتها (سماح) بمعاودة الحديث مع (حمودة) وملاطفته كي تعرف منه أسباب تقاربة مع (الحاج نور) وخطط الأخير. لكن الأمر مختلف لدى (نعيمة) التي تفضل أن يبتعد الرجال عن عالمها، وترى أن أسباب مشاكلها في الحياة مرتبطة بهم، فزوجها قد خانها، وهذه الخيانة هي السبب في ارتكابها جريمة القتل. و(الحاج فتحي) الذي يحيز سندات ديونها التي يمكن أن تنتهي بها إلى الحبس، ومن بعده يصر (الحاج نور) على أن تبيع له منزلها ويساومها بتقديم سندات الديون إلى النيابة، وحتى (كرم) ابن شقيقها يصبح هو أيضًا مصدر قلق لها عندما يصارحها برغبته في الزواج من ابنتها.

بالإضافة إلى ذلك، نجد بعض الشخصيات ترى في الإشباع العاطفي عوضًا عن الإرهاق النفسي الذي يطالها من الصراع الطبقي. أبسط هذه الأمثلة هو (أم كمال) التي تتطلع إلى اعتناء ابنها أو حتى سؤاله عنها. و(منة) التي تتعلق باهتمام (كرم) وعاطفته تجاهها رغم الفروقات العلمية والثقافية وتصر على

الزواج منه رغم معارضة والدتها الشديدة. كذلك (سماح) التي تتمسك بعلاقتها مع (حودة) ليعوضها عن الحرمان العاطفي. وفي الأغلب لم تلفح محاولات تعويض إحباطات الواقع بالعواطف، ففي حالة (أم كمال) اكتشفت أن ابنها لا يريد منها سوى البيت الذي تملكه في إحدى القرى وتخطيطه للإستيلاء عليه، فتقوم بالتنازل له عن البين بطيب خاطر ممزوج بمزيد من الإحباط. وتتعرض (منة) لمحاولة قتل على يد (كرم) بعد أن أوشت به صديقتها لديه، وبعد نجاتها من ذلك تسامحه. أما (سماح) فبعد اكتشافها استغلال (حودة) لها تقرر الانتقام منه، ولا تسمح في حياتها بإحباط جديد من ناحيته.

ونلاحظ تغييرًا ملحوظًا في ميزان القوى بين الرجل والمرأة الذي جرت العادة أن يكون لصالح الرجل، لكن في (الحساب يجمع) نجد النساء لا يخافن القوة البدنية للرجل، فمثلًا (سماح) لا تهاب الشجار مع سكان المنطقة أو حتى مع (حودة) بما قد يتضمنه من عنف بدني. أما (عبير) فترفض ضرب زوجها لها ولا تقبل اعتذاره لها عندما لطمها. حتى (نعيمة) لا تهاب أن ترفض الزواج من الرجل الأكثر نفوذًا وثراءًا في المنطقة، حتى لو أنه كان لديه سندات دين كبير لها يمكن أن يضعها وراء القضبان. بل ترى (نعيمة) نفسها "راجل البيت وست البيت من زمان قوي" فهي تجد في نفسها بديلًا كافيًا عن الرجل.

3-آلية الهروب الكامل

كان الزواج هو الوسيلة التي اتفقت عليها نساء الشابات في الطبقة الكادحة لتغيير واقعهن كليًا، سواء الزواج ممن هو أفضل ماديًا أو اجتماعيًا، أو حتى الزواج بمن يشاركهم التهميش والفقر. ففي حالة (منة) تزوجت من (كرم) الأدنى منها في علميًا واجتماعيًا، فهو لم يلتحق بالجامعة مثلها، ووالدته الراقصة (بدرية زبادي) التي هربت ولا يذكر أحد عنها شيئًا سوى سوء سلوكها السيء. لكن (كرم) صار وضعه أفضل ماديًا بعد بيع آثار مسروقة وصار يستطيع أن يحقق لها طموح السكن الراقي، بالإضافة إلى حبها له، فهو يشبع لديه الفقر العاطفي الذي عانت منه بفقر والدها والتهميش الذي تحسه عند عودتها من قلب القاهرة إلى الوراق.

أما (هنا) فوافقت على الزواج من زميلها (مازن) لتحقيق هدفين، أولهما تحسين وضعها الاجتماعي والمادي، فنجد (مازن) عندما يعرض عليها الاقتران يصف لها حياتهما معًا "هنسافر وهنلعب بلاي استيشن ونعمل اللي احنا عايزينه". وتشترط (هنا) على (مازن) أن يشتري لها شقة خاصة، وهي رغبة تعكس حرصها على الهروب من محيط الوراق والتشبث بالطبقة الاجتماعية الجديدة. والهدف الثاني من زواج (هنا) و(مازن) هو إحراج والدته المذيعة المشهورة التي تتشدق دائمًا بالحديث عن الكادحين والعدالة الاجتماعية، ويسعى (مازن) لذلك بسبب اعتراضه على الطريقة التي انفصلت بها والدته عن والده، وترى (هنا) في ذلك تفريغًا للتوترات الطبقية التي تعيشها بالانتقال بين محيط الجامعة والوراق.

لكن (سماح) لم تتزوج (حودة) خلال أحداث المسلسل، بل اكتشفت أنها يستغلها عاطفيًا لصالح إمدادها له بالأموال، وهو استغلال مدعوم من والدته وشقيقته. لكن رغبة (سماح) في الزواج من رجل من نفس مجتمع الكادحين تتخللها الرغبة في تحسين الوضع الاجتماعي كذلك، فهي ترى أنها–لو تمت الزيجة–

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

ستكون "ست" في بيت لها أسرة وأولاد، بعكس حالها كامرأة وحيدة لقيطة، كذلك سوف يكفلها الرجل فلا تضطر للعمل كخادمة، وهي المهنة التي تعايرها بها بعض النساء حتى في مجتمع الوراق.

المراجع

- أماني عبد الرؤوف (2004)، الوضع الاجتماعي للمرأة المصرية كما يعكسته التليفزيون المصتري وعلاقته بالواقع الفعلي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر.
- بريزة زلاقي (2018) الصراع الطبقي عند كارل ماركس، رسالة دكتوراه، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، الجزائر.
- جمال عبد الحي عمر وسعاد محمد مصطفى الجوهري ومحمد علي محمد غريب (2011)، صورة الفتاة المحجبة في الأفلام التي تعرضها قنوات الأفلام الفضائية و علاقتها بصورتها الذهنية لدى شباب الجامعات، مجلة دراسات الطفولة، العدد 52.
- رانية أحمد جبر(2015)، آليات تكيف المرأة الحضرية الفقيرة دراسة على عينة من النساء المنتفعات من صندوق المعونة الوطنية في قصبة الزرقاء. مجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 42، الصفحات 462-447.
- رهام صلاح الدين، رهام (2012)، المشكلات الاقتصادية للأسرة المصرية كما تعكسها المسلسلات والأفلام واتجاهات الجمهور نحوها، المجلة العلمية لجامعة 6 أكتوبر، العدد 1، الصفحات 129-147.
- سماح عبد الله عبد الحميد (2017)، القيم الاجتماعية في الدراما التليفزيونية، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- سمير محمد حسين، (1983)، تحليل المضمون، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
- لميس علاء الوزان (2017)، الصراع الطبقى فى الدراما المصرية (دراسة تحليلية مقارنة) فى إطار نظرية صراع الطبقات الإجتماعية، المجلة المصرية لبحوث الأعلام، العدد 60، الصفحات 111-135.
- عبد الرحيم درويش (2015)، بحوث الدراما في مصر في خمسين عام 1960: 2010، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون، العدد 3، الصفحات 105-179
- عزة كامل ونولة درويش(2002)، نمّط.. الصورة تطلع وحشة، مؤسسة المرأة الجديدة، القاهرة.
- فرح سعيد (2011)، التكيف مع الفقر تغيب للعدالة الاجتماعية، المجلة العربية لعلم الاجتماع، العدد 7، الصفحات 49-71.
- محمد شومان: " ملاحظات على بحوث صورة المرأة فى الإعلام" جريدة اليوم السابع (النسخة الأليكترونية) منشورة بتاريخ 23 ديسمبر 2017.
- محمود يوسف (2001)، صورة المرأة في الأفلام السينمائية التي يقدمها التليفزيون، دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 10، الصفحات 49-71.
- ناهد السيد أحمد نصر (2017)، المشكلات وعلاقتها النفس اجتماعية بالمرأة المصرية المعيلة، مجلة كلية التربية بجامعة الأزهر، العدد 172، الصفحات 173-224.

- نهى عاطف (2016) الإعلام الشعبي .. بين دولة الإعلام وإعلام الدولة. دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

المراجع الأجنبية

- Berelson, Bernard. "Content analysis in communication research." (1952).
- Corbett, Jane. "Famine and household coping strategies." *World development* 16.9 (1988): 1099-1112.
- Blumer, Herbert. *Symbolic interactionism : Perspective and method*. Univ of California Press, 1986.
- Coser, Lewis A. "Social conflict and the theory of social change." *The British Journal of Sociology* 8.3 (1957): 197-207.
- Curtis, Patrice. "Urban household coping strategies during war: Bosnia-Hercegovina." *Disasters* 19.1 (1995): 68-73.
- Lachmann, Richard. "Class formation without class struggle: An elite conflict theory of the transition to capitalism." *American Sociological Review* (1990): 398-414.
- Murphy, Daniel S., and Mathew B. Robinson. "The Maximizer: Clarifying Merton's theories of anomie and strain." *Theoretical Criminology* 12.4 (2008): 501-521.
- Pareto, Vilfredo. *The rise and fall of the elites: an application of theoretical sociology*. Transaction Publishers, 1991.
- Stryker, Sheldon. "From Mead to a structural symbolic interactionism and beyond." *Annu. Rev. Sociol* 34 (2008): 15-31.
- Waters, Tony, and Dagmar Waters. "Are the terms “socio-economic status” and “class status” a warped form of reasoning for Max Weber?." *Palgrave Communications* 2.1 (2016): 1-13.
- Weber, W. (2018). Class, status, party. In *Inequality* (pp. 37-54). Routledge.

أعلام الصحافة في الجزائر في الفترة ما بين (1830/ 1930) _قراءة تاريخية_

Flags of the press in Algeria between (1830/1930) _ Historical Reading _

أ. هشام سراي

أستاذ مساعد " أ" جامعة وهران 1

ملخص:

مثلت الصحافة والصحافيون الصورة الأبرز والأكثر وضوحا وأشد قوة في القرن التاسع عشر بل إنه قرن الصحائف والنشريات والأقلام الحادة والصلبة والتي حاولت بكل عزم تغيير العالم وتأطير المجتمعات وحماية الحقائق من الاغتيال وخاصة عند الشعوب التي وقعت تحت نير الإستعمار الهمجي الفرنسي، إن الصحافة المكتوبة هي السلاح الوحيد الذي إعتمدت عليها النخبة الجزائرية في تدويل القضية الوطنية وتجريم الممارسات الإستعمارية تجاه الشعب الجزائري وكذا الدفاع على الثوابت الوطنية ومعالم الهوية الجزائرية المسلمة.

كلمات مفتاحية: الصحافة الوطنية، الاستعمار الفرنسي، جريدة المبشر، النخبة الجزائرية.

Abstract:

The press and journalists represented the most striking, clearest and most powerful image of the 19th century. It is the century of the newspapers, publications and sharp, hard pens that have tried with determination to change the world, to frame societies and to protect the facts from assassination, especially among the people fallen under the yoke. French barbaric colonialism, the written press is the only weapon on which the Algerian elite relied to internationalize the national cause and criminalize colonial practices against the Algerian people, as well as to defend the constants and national traits of Algerian identity muslim

Key words: the national press، French colonialism, Al-Mobashar newspaper, the Algerian elite

مقدمة:

إن محاولاتنا الحثيثة والمخلصة لفهم تمظهرات الحاضر وإشكالاته ستذهب سدى إذا لم نستطع إستنطاق التاريخ واستحضار أدواته وإدراك عوامل النشوء والتشكل، وهي القاعدة التي تنسحب على نشأة الصحافة المكتوبة في الجزائر تلك الولادة العسيرة والمنكوبة، والتي جاءت ضمن مناخات إستعمارية سالبة للحريات وقمعية لكل جهود الإبداع الفكري والصحفي ورغم ذلك فقد إستطاعت العديد من الأقلام الوطنية أن تناضل ضد إغتيال الأمة الجزائرية وتدنيس الحقيقة ونجحت في تحويل الصحافة من وسيلة دعائية إستعمارية إلى غنيمة حرب تحاضر لصالح القضية الوطنية العادلة وحق الشعب الجزائري في تقرير المصير، إننا نهتم في هذه الدراسة بتسليط الضوء على مرحلة مهمة ومعقدة في تاريخ المدرسة الصحفية الجزائرية وخاصة أنها المرحلة التي عرف فيها الجزائريون الفن الصحفي وبزغت فيه الطلائع الأولى للصحافيين والكتاب الجزائريين بإختلاف مشاربهم وتوجهاتهم ومشاريعهم من أمثال الأمير خالد والصحفي أحمد البدوي و الفنان عمر راسم وكذا الكاتب الأديب عمر بن قدور وهي أسماء لها مسارها وتاريخها النضالي ضد المستعمر الفرنسي من خلال صرير أقلامهم و مقالاتهم الصحفية التي كانت تملأ الجرائد الوطنية و تمتد لتعبر الحدود الى المشرق العربي .

إشكالية الدراسة :

تتمحور الإشكالية الرئيسية التي تحاول الدراسة معالجتها حول الدور الذي لعبته الصحافة الوطنية والصحافيون الجزائريون في الدفاع عن حقوق الشعب الجزائري المشروعة وكذا حماية الهوية الوطنية ضد حملات التجهيل والمسخ الإستعمارية وعليه فإننا نطرح الإشكالية التالي:

إلى أي مدى ساهمت الصحافة الوطنية في الدفاع عن حقوق الشعب الجزائري وصيانة القيم الوطنية ضد حملات المسخ والتجهيل الفرنسية؟ ولفهم أدق لإشكالية الدراسة نحاول أن نفتتها لمجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ماهي العوامل والظروف الداخلية والخارجية التي أسهمت في نشأة الصحافة في الجزائر؟
- ماهي أهم القضايا التي عالجتها الصحافة الإستعمارية الناشئة في الجزائر كالمبشر في الفترة الممتدة ما بين 1830–1930؟
- ماهي أهم الأسماء الصحفية الجزائرية التي أسست أولى الصحف الوطنية والجرائد الإصلاحية والنضالية؟

أهمية الدراسة :

تكتسي الدراسة أهمية تاريخية بالغة لأننا ومن خلال دراستنا لتاريخ الصحافة المكتوبة في الجزائر نحاول الغوص في الأحداث والوقائع التاريخية لتلك الحقبة كون الصحف والمنشورات بمثابة الوثائق التاريخية والأرشيف الحافل بالشخوص والحقائق والأدلة والمواقف ولأن التاريخ يتعرض وبشكل مستمر لحملات التزييف والتحريف فإنه من شأن الأرشيف الصحفي أن يصون الحقيقة ويقدم لنا معرفة تاريخية أعمق

ولاشك أننا سنعود دائما لنستدل بمقولة المؤرخ اليوناني جلبيرت ميري والذي يقول: لو كان لليونان صحف ولو صحيفة واحدة ولو حتى صفحة واحدة وصلت الى أيدينا لكانت معرفتنا بالتاريخ اليوناني أكثر أهمية وأعظم عمقا مما عليه الأن، ونحن إذ نؤسس لهذه الدراسة التاريخية والتي قد تجعلنا نفهم بعض المسارات التي عرفتها هذه الصحافة فإننا ومن خلال هذه الشذرات والإضاءات في البدايات الأولى نستطيع فهم واقع الصحف الجزائرية اليوم ومعالم شخصيتها والعناصر المؤثرة في هذا الجسم الصحفي وكذا التحولات التقنية والفنية والإدارية التي لحقت بها .

الصحافة (لغة):

مشتقة من الصحف وهي جمع صحيفة والصحيفة كما شرحها ابن منظور في لسان العرب هي التي يكتب فيها، وجاء في القرآن الكريم إِنَّ هَذَا لَفِي الصُّحُفِ الْأُولَى (18)صُحُفِ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَى (19)، وفي صحاح الجواهري أن الصحيفة وجمعها صحائف وهي الكتاب بمعنى الرسالة، وفي الحديث الشريف فيما قاله عيينة بن حصن لرسول الله "يا محمد أتراني حاملاً إلى قومي كتاباً كصحيفة المتلمّس* "ومنها أشتق المصحف بمعنى الكتاب الذي جمعت فيه الصحف أي الأوراق والرسائل.[1]

وكان العرب يعرفون الصحيفة أو الصحافة بالوقائع وحين أنشأ خليل الخوري صحيفة حدائق الأخبار* أطلق عليها اسم جورنال وأطلق عليها الكونت رشيد الدحداح صاحب مجلة برجيس باريس بالصحيفة، إلا أن أحمد فارس الشدياق صاحب جريدة الجوائب اختار لها اسم الجريدة وهي مأخوذة من الجريد الذي كان يكتب عليه العرب الآيات والمرثيات وتدفن مع الميت، وبقي أرباب الصحف لا يفرقون بين المجلة والصحيفة والجريدة إلى أن جاء الشيخ إبراهيم اليازجي* وأسس مجلة الطبيب 1884 فاستعمل لفظ مجلة ويقصد بها الصحيفة العلمية والاشتقاق اللغوي للمجلة هو جلا جلاء أي ظهر ووضح[2]، ويعرفها الكونت فيليب دي طرزاي على أن الصحافة صناعة الصحف وهي قرطاس مكتوب و الصحافيون هم القوم الذين ينتسبون إليها و يشتغلون فيها، والمراد الأن بالصحف هي أوراق مطبوعة تنشر الأنباء والعلوم على اختلاف مواضيعها بين الناس في أوقات معينة، فإن في تواريخ الأولى وأخبار الدول وفكاهات الروايات وغرائب الاكتشافات وأسعار التجارة و فنون الصناعة و ضروب الانتقاد وشؤون الاقتصاد وأخلاق الغرباء وعوائد البعداء ما يغني عن التوجه لبلادهم ومخالطة شعوبهم والوقوف على أحوالهم. ولذلك عول الفضلاء على انشاء الصحف بحيث أصبح سكان أقاصي المشرق يصل إليهم خبر أقاصي المغرب بأقرب حين بعد أن كانت الأنباء تتجاوز الأيام العديدة للوصول إلى مكان ما لمكان أخر مجاور له، فتأتي مختلفا فيها لا يكاد الباحث عنها يعلم الحقيقة.[3]

---

[1] أديب مروة، الصحافة العربية، ط1، منشورات دار الحياة للنشر، بيروت، 1961، ص 13

[2] فيليب دي طرزاي، تاريخ الصحافة العربية، المطبعة الأدبية، بيروت، 1913، ص 09

[3] مرجع نفسه، ص 09

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

وتعني الصحافة إصطلاحا فن تسجيل الوقائع اليومية بدقة وانتظام وذوق سليم مع الاستجابة لرغبات الرأي العام وتوجيهه والاهتمام بالجماعات البشرية، وتناقل أخبارها ووصف نشاطها ثم تسليتها وتوجيه أوقات فراغها وعلى هذا فالصحافة هي مرآة تنعكس عليها صورة الجماعة وأراءها وخواطرها.[1]

وبالعودة الى ما كتبه المؤرخ الجزائري بلقاسم سعد الله فإن الجزائر لم تعرف الصحافة قبل دخول المستعمر الفرنسي ولم يثبت عبر ما تداوله المؤرخون أي نشاط صحفي داخل الجزائري على الرغم من أن أمر الصحافة في اوروبا في القرن التاسع عشر كان لا يخفى أبدا علماء الجزائر ونخبتها خاصة أولئك الذين احتكوا بالنخب الأوربية وعرفوا الصناعة الصحفية عن كثب وإن كان الجزائريون في هذه الفترة بالذات تحت الحماية العثمانية ونحن على علم بالإرهاصات التي عانت منها الطباعة قبل أن تستقر في الإستان ولكن الصحافة كفن وصناعة ونشاط لم تعرفه الأمة الجزائرية إلا عبر سفن المستعمر الفرنسي ومن خلال الطابعة الأفريقية التي حملها الجنرال دي بورمون الذي عينه شارل العاشر وزيرا للحربية والذي قاد الحملة الفرنسية على الجزائر وبالتالي فإن الصحف لطالما مثلت عنصر دخيلا على ثقافة الجزائريين ولا تعتبر الصحف التي أنشأتها الإدارة الاستعمارية صحفا وطنية ولا جزائرية ولكنها صحف فرنسية تصدر من الجزائر، لهذا يتساءل الزوبير سيف الإسلام عن نشأة الصحافة الفرنسية في الجزائر؟

لعل جريدة **L'Estafette d'Alger** هي الجريدة الأولى التي بادرت الإدارة الفرنسية منذ حلولها على شواطئ سيدي فرج بطباعتها ولكنها في الحقيقة لا ترتقي الى تصنيف الجريدة لأنها كانت عبارة عن مجموعة من النشريات التي تخاطب فيها الإدارة جنودها في الحملة وتبلغهم بأهم القرارات والأوامر الفوقية وكانت ترسل أيضا الى فرنسا وتوزع هناك حاملة أخبار نجاح الحملة و سقوط حكومة الدي حسين وبالتالي فإن هذه الصحيفة ومثيلاتها خدمت الحملة الفرنسية كما أنها كانت موجهة إلى الفرنسيين بصفة خاصة ولهذا فأنها صحيفة فرنسية ولا تمت للصحافة الجزائرية والوطنية بأي صلة لأنه وبالعودة الى مفهوم الصحافة الوطنية سنجد أن الدكتور زهير إحدادن عرفها بأنها: **لا نقصد بالصحافة الوطنية كل صحيفة نشأت و تطورت في الجزائر كيف كان نوعها او اتجاهها، ولكن نقصد بذلك نوعا من الصحافة الجزائرية لا تعترف بالوجود الفرنسي في الجزائر، بل أخذت تحاربه بشدة وتنشر كل ما يقوي الوعي السياسي بوجود أمة جزائرية، وبضرورة استرجاع الإستقلال للجزائر حتى ولو كان ذلك بالعنف وإراقة الدماء** [2] ولكننا لا نستطيع أن نعدم أهمية الصحف التي أنشئها المستعمر بل كان لها الفضل في معرفة أكبر بأحداث ووقائع التاريخ في تلك الفترة و الصحف هي مصادر تاريخية مهمة نحتاج أن نعود لها عند كل معترك وكما قال المؤرخ جلبرت أستاذ التاريخ اليوناني لو كان لليونان صحف و لو أن صحيفة واحدة

---

[1] أديب مروة، الصحافة العربية، مرجع سبق ذكره، ص 18

[2] زهير احدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991، ص 40

أو صفحة واحدة من صحيفة و صلت الى أيدينا لكانت معرفتنا بالتاريخ اليوناني أكثر حيوية و أعظم مما هي عليه اليوم .[1]

ولعلنا وقبل الخوض في أهم ما تم إنشائه من صحف و جرائد في الجزائر لابد أن نشير إلا أن العديد من الأقاليم العربية كانت سابقة في إنشاء صحف وطابعات ضخمة و ذات غزارة إنتاجية و مطبعة بولاق بمصر مثال على ذلك وهي المطبعة التي حملها نابليون بونابرت الى مصر في حملته و تعتبر ***الوقائع المصرية*** كأول صحيفة عربية تأسست 1828 و التي أمر محمد علي باشا بإنشائها و أوكل هذه المهمة الى أحد أعمد الأدب و الفكر العربي رفاعة الطهطاوي و الذي يعتبر من رواد النهضة العربية و الإصلاح في العالم العربي وهو الذي زار باريس و تأثر بنهضتها و حضارتها و قرأ لأعلامها كجان جاك روسو و مونتسيكيو و سعى جاهدا الى نقل هذه التجربة الى مصر فكتب كتابين مهمين بهذا الصدد وهما تخليص الإبريز في تلخيص باريز و كتاب مناهج الألباب .

كما أنشأ دار الألسن سنة 1832 وكان ناظرا عليها وقد استطاعت الدار في ظرف لا يتجاوز العشر سنوات من تخريج مئة مترجم يعملون كخلية من النحل في ترجمة أهم الكتب والآداب والفنون الأوربية، اما صحيفة الوقائع المصرية والتي أهملها محمد علي باشا لانشغاله بالحكم وتطوير الجيش وتسيير أمور الدولة مما أثر على محتويات الوقائع وأدى بها الى الركون الى الركاكة في اللغة والأسلوب وهو الامر الذي استوجب تدخل رفاعة الطهطاوي وأحدث نقلة نوعية فيما تنشره الصحيفة حتى أصبحت رائدة الصحف العربية[2]

وإن يكن فإن هذا كان تقليدا متبعا في عصر النهضة التي اجتاحت الأقاليم العربية في القرن 19 وخاصة ان البعثات العربية الى أوروبا بلغت ذروتها وهي تذكرنا بالبعثات الأوروبية الى الأندلس وقرطبة وغرناطة وكان الطلاب العائدون من لندن وباريس يستعجلون اقحام التجارب الثقافية والعلمية والروحية وخاصة ما يتعلق بالمسيحيين في لبنان وسوريا فقد حقق أل البستاني واليازجي عملا أدبيا و لغويا لافتا كما يصفه المفكر محمد اركون في مؤلفه الفكر العربي[3]، وتمكن العهد الإصلاحي من وضع اللبنات الأولى للصحافة العربية خاصة في المشرق وفي لبنان وسوريا ومصر حيث بدأ التنافس اللغوي والصحفي واضحا بين كوكبة مذهلة من الدوريات والمجلات والأعلام الذي أسسوا المدارس الصحفية الأولى كالشيخ نجيب الحداد و رشيد الدحداح وأحمد فارس الشدياق.

يعتقد محمد ناصر ان النشاط الصحافي الأوربي كان له واسع الأثر في توجيه الجزائريين الى هذا الفن وهذه الممارسة خاصة أن صحافة المعمرين انتعشت بشكل واسع خاصة في الفترة ما بين 1847 و1939 ووصلت الى ما يعادل 150 دورية ويومية، كما تابع الجزائريون نظرائهم في الأقاليم العربية والإصدارات

---

[6] عبد الله خي، أهمية الصحف في كتابة التاريخ، مجلة الحقيقة، أدرار، 2015، ص 02

[2] صلاح زكي أحمد، أعلام النهضة العربية الإسلامية، ط1، مركز الحضارة العربية، 2001، ص 27

[3] محمد اركون، الفكر العربي، ط1، دار عويدات للنشر والتوزيع، بيروت، 2016، ص 154

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

الصحفية التي كانت تعبر الحدود لتصل الى القارئ الجزائري وخاصة الصحافة المصرية التي قدمت بين أيديهم نموذجا حيا يحتذى به، وصلة الكتاب الجزائريين بالمشرق العربي تعود الى بداية القرن العشرين وخاصة الرواد الأوائل مثل محمد بن مصطفى بن خوجة وعبد الحليم بن سماية وعبد القادر المجاوي الذين أعجبوا بمجلة المنار لسان حال الشيخ محمد عبده[1] أحد أهم رواد الحركة الإصلاحية في العالم العربي وعبروا له عن زيارته للجزائر عن مدى تعلقهم بالمجلة التي مثلت لهم الرابط الأساسي بين الجزائر وبيئتها العربية وكذلك الأمر بالنسبة لجريدة اللواء التي كانت تصدر عن الزعيم المصري مصطفى كامل

الصحافة الإستعمارية في الجزائر:

يقول الكاتب الفرنسي ج.كلارتيري أن القرن التاسع عشر سيكون قرن الصحفيين بامتياز وذلك نظرا للنهضة الصحافية وانتشار الصحف بطريقة لا مثيل لها في التاريخ وإذا تحدثنا كما كان الحديث عام 1848 أفلم يكن الصحافيون عمال فكر؟[2]، ولعل الفرنسيين عنيوا كثيرا بالفن الصحفي وبلغوا الريادة في هذا النشاط بل كانت الصحف الفرنسية تجوب الدول الأوربية ويتصفحها الهولنديون والسويسريون وغيرهم ولا يمكن أن نغفل ذكر الصحيفة الأم في فرنسا والتي أنشأها ثيوفراست رينودوا سنة 1631ر الطبيب البروتستانتي الإصلاحي.[3] والذي حصل على امتياز من الملك لويس الرابع عشر وبتدخل الكاردينال رشيليوا لإنشاء هذه الصحيفة الرسمية والتي اهتمت بعرض تقارير المعارك وزيارات الوفود الرسمية الى البلاط الملكي، كما هدفت الى نشر بعض القصص والأخبار التي من شأنها أن تخيف الناس وترهبهم وخاصة من تلك الكتب التي تشوه صورة الكنيسة الكاثوليكية.[4]

ثم نجد أن الصحافة الفرنسية ازدهرت بفضل الحركة المعرفية وتداول الكتب والمنشورات التي ساهمت في الرفع من مستوى الوعي لدى الشعب الفرنسي، ونستطيع أن نصف الصحافة الفرنسية بالمدرسة التعليمية التي كانت متاحة لجميع الفرنسيين بمختلف مستوياتهم وهذا الأمر الذي يعبر عنه جاك بيير بريسو في إعلان ميثاق الثورة الفرنسية والذي شدد على ضرورة رفع الرقابة على النشاط الصحافي.

في سنة 1919 قام رئيس تحرير جريدة لو فيغارو أ.بيريفير **A. Perivier** بإنجاز عمل أساسي حول النشاط الصحفي لأحد أهم الشخصيات الفرنسية و العالمية نابليون بونابرت والذي كان صحفيا محترفا يكتب باستمرار في صحيفة **Moniteur** وبتوقيع مجهول، وقد استطاع رئيس تحرير لو فيغارو من الحصول على مسودة لأهم مقالات نابليون بونابرت من 1800 الى 1803 وقد صرح المؤرخ الفرنسي أدولف ثيرز بأنه كتب مجموعة من الأعمدة التي كان يرد فيها على مجموعة من الصحف الأجنبية واتسم أسلوبه بالبلاغة والأناقة والحس السليم وبالتالي فإن للصحافة في فرنسا تقاليدها العريقة ودورها في خدمة الدولة الفرنسية ورعاية مصالحها والدفاع عنها، لهذا ترافق النشاط الصحفي بكل الحملات الإستعمارية

---

[1] محمد بن صالح ناصر، الصحف العربية الجزائرية، ط1، ألفا ديزاين، الجزائر، 1980، ص 09

[2] الزوبير سيف الإسلام، تاريخ الصحافة في الجزائر، الجزء 2، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1982، ص 18

[3] Le histoire de press avant 1600 : Document PDF / web sitehttps://cahier-de-prepa.fr/

[4] Tugan-Baranovsky .napoleon as journalist. Volgograd University. Web site : www.napoleon-series.org4

التي خاضتها فرنسا وخاصة في الجزائر ولهذا ارفقت بحملتها المطبعة الأفريقية وسارعت في نشر البرقيات الإخبارية الأولى والتي وجهت للجنود والعاملين المرافقين لهم والتي سميت ببريد سيدي فرج لأنها لم تتجاوز البرقيات البريدية التي تطلع الفرنسيين عن أخبار الحملة وحركة سيرها ومتفرقات أخرى تخص التعاليم والأوامر التي توجه للجنود.

وقد حرست الإدارة الفرنسية على إنشاء صحافة عربية تخدم ركاب الإستعمار وتشيد بمأثر فرنسا وتسبح بحمدها، قصد تركيز الإستعمار وتغرير الشعب الجزائري الذي ما انفك يقاوم المحتل ويثور ضده بطرق السلمية والمسلحة، وعجز الفرنسيون في إيجاد من تسند اليه هذه المهمة عدا الذين كانوا في طلائع حملتها من أمثال: أدوار غزلان اليهود، بطرس وفونطانا وسليمان ابن صيام ومحمد كحول الجزائريين.[1]

صحيفة المبشر (1848 / 1905)

ثالثة الجرائد العربية التي ظهرت الى الوجود منذ تأسيس الصحافة الى اليوم حسب تصنيف الكونت فيليب دي طرازاي وقد أمر الملك لويس فيليب الأول بإنشائها لتكون لسان حال إدارته في القطر الجزائري[2] وفي 15 أيلول 1848 صدرت الجريدة الرسمية تحت مسمى المبشر وبشكل دوري مرتين في كل شهر بحجم صغير في ثلاث صفحات وفي كل صفحة أربع أعمدة وقد كانت لغتها ركيكة[3]، وأسلوبها فجا وعبراتها ضحلة وهذا ما عكسه مقالها الافتتاحي الأول بعنوان « ***مقصود المبشر*** » وجاء فيه التالي:

اعلموا يا مسلمين أرشدكم الله أن المعظم سلطان أفرانصة، نصره الله اتفق له برأيه وقوع هذا المختصر لغايتكم وخيركم وتوارث النعمة عليكم والشاهد لكم في ذلك كل ما يدل على نعمتكم ومسراتكم هو بفؤاده ويرضى لكم ما يرضى لنفسه ولا سيما انكم بقلبه كعزيز الرعية عنده » وقد اتضح من خلال المقال مخاطبة الأهالي عن طريق استعمال الخطاب الديني والوعظي وتلميع صورة الملك لويس فيليب واستحضاره في مخيال الأهالي كأنه ولي أمر المسلمين الذي يهتم بأمرهم ويسعى إلى تطويرهم وإعلامهم بالمستجدات والأخبار والوقائع وترشيدهم الى سبيل العلم والحضارة والزراعة والصناعة أسوة بسائر الدول الإسلامية خاصة السلطنة العثمانية والخديوي، فكانت المبشر تصدر مرتين في الشهر وبحجم صغير في ثلاث صفحات وفي كل صفحة ثلاث أعمدة.[4] والحقيقة أن المستعمر الفرنسي ومنذ ولوجه الى الجزائر بدأ سياساته الهادفة الى تغيير الخلفيات الثقافية والحضارية للجزائريين من خلال استهداف أهم مقومات هذه الشخصية وخاصة اللغة والتي سعى الفرنسيون جاهدين الى محاربتها واستبدالها باللغة الفرنسية على اعتبار أن اللغة هي الوعاء الحامل لكل الانتاجات الحضارية من دين وفلسفة وفكر وأخلاق وثقافة لذلك اهتمت كثيرا بتوزيع المنشورات و طبع الكتب وإصدار الصحف الناطقة باللغة الفرنسية وتحسين صورة

---

[1] مفدي زكريا، تاريخ الصحافة العربية في الجزائر، ط1، مؤسسة مفدي زكريا، الجزائر، 2003، ص 33

[2] فيليب دي طرزاي، تاريخ الصحافة العربية، المطبعة الأدبية، بيروت، 1913، ص 373

[3] أديب مروة، الصحافة العربية (نشأتها وتطورها)، منشورات دار الحياة، بيروت، ص 150

[4] فيليب دي طرزاي، مرجع سابق، ص 52

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

فرنسا والفرنسيين وجعلهم كمصدر اشعاع حضاري ومعرفي.[1] ولهذا اهتمت بإرسال بعثات من الجزائريين الى فرنسا بشكل دوري لحضور الاحتفالات بالعيد الوطني الفرنسي ونذكر على سبيل المثال لا الحصر الصحفي سليمان ابن صيام الذي زار فرنسا وانبهر بها وكتب عبر صفحات جريدة المبشر سلسلة بعنوان الرحلة الصيامية، وقد استغرقت هذه الرحلة 35 يوما بما في ذلك مغادرة الجزائر والعودة اليها وقد دونها في كتاب لا يتجاوز 28 صفحة وتحتوي الصفحة الواحدة تقريبا على 15 سطر والرحلة مكتوبة بلغة عربية فصحى وبليغة مع استشهادات بشعر البحتري وغيره من الشعراء ما يعكس ثقافة من كتبها وهي في العموم انطباعات ساقها سليمان ابن صيام عن فرنسا وإنجازاتها ونمط الحياة فيها.[2] ويشير الزوبير سيف الإسلام أن سليمان ابن صيام الملياني هو أول صحفي يظهر اسمه عبر صفحات جريدة المبشر وهو يسرد رحلته تلك الى فرنسا وقد جمع في أسلوبه بين الرحالة القديم وأسلوب الربورتاج المعاصر، وقد جاءت رحلة بمناسبة استدعاءه لحضور احتفالات تتصيب نابليون الثالث على عرش فرنسا بصفته من الأعيان العرب في الجزائر.[3] ولم يتوقف الأمر عند سليمان ابن صيام بل كانت الاستدعاءات تصل الى الكثير من الأعيان والكتاب لحضور احتفالات العرش بفرنسا وقد تكرر الأمر مع الكاتب محمد السعيد بن الشريف البجاوي والذي كان ضمن وفد مقاطعة قسنطينة لحضور تنصيب الملك لويس نابليون، وقد تمت دعوة اعيان ثلاث مقاطعات وهي الجزائر ، قسنطينة ، وهران ، و قد طلب بعض الأمراء الفرنسيين من محمد السعيد الشريف أن يدون كل ما يراه عجيبا وغريبا في فرنسا وأن يكتب عن محاسن وحضارة هذا البلد المتمدن وهو الأمر الذي امتثل له محمد السعيد الشريف وبدأ في كتابة المقالات الطويلة في ميادين عدة وكأن هذه الرحلة قد فتحت له نوافذ التفكير والتأمل والإبداع الأدبي فجاءت مقالاته بديعة وماتعة وفاق في نصوصه سليمان ابن صيام والسيد أحمد البدوي وأخرون ولذلك كانت جريدة "المبشر" تعنون مقالاته أحيانا بالعنوان التالي: من كلام الأديب محمد السعيد بن علي الشريف.[4]

أما أبرز من كتب في جريدة المبشر فكان أحمد البدوي الذي استدعاه الجنرال الفرنسي دوماس وعينه كاتبا في دسوان الترجمة التابع له ثم تولى البدوي رئاسة تحرير القسم العربي وبقي على هذا المنصب من سنة 1850– 1876 فنشر مقالات علمية وتاريخية عدة ومنها مقالته نبذة عن "سيرة الباي" محمد ومقالة أخرى بعنوان "في نشأة الأرض"[5]، كما أردف المؤرخ والبروفيسور زهير إحدادن أن أحمد البدوي كان من أوائل العلماء الذين تكلموا عن البترول وشرحه بطريقة مبسطة[6]. أحدث انضمام احمد بدوي الى جريدة المبشر ثورة في محتوياتها التي وصفها سابقا الكونت فيليب دي طرزاي في كتاب بالركيكة لغة ومحتوا في كتاب

---

[1] إبراهيم لونيسي، دور الإدارة الإستعمارية في نشر اللغة الفرنسية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، العدد 02، الجزائر، ص 09

[2] سليمان ابن صيام، ثلاث رحلات الى باريس، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2005، ص 16

[3] الزوبير سيف الإسلام، رواد الصحافة الجزائرية، ط1، دار الشعب للطباعة، القاهرة، 1981، ص 15

[4] الزوبير سيف الإسلام، مرجع سبق ذكره، ص 33، 34

[22] خالد بوهند، النخب الجزائرية 1892–1942، المركز العربي للأبحاث والدراسات، ط1، 2020، بدون ترقيم صفحات

[6] حوار بين بين عزي عبد الرحمان، زهير أحدادن، تاريخ الصحافة في الجزائر 1830 – 2015، 03/09/2015.

تاريخ الصحافة العربية، وبنظرة خاطفة على الأعداد الصادرة بعد 1850 تجعلنا قادرين على رصد التغييرات التي استحدثها احمد بدوي كصحفي ومحرر، فبعد أن كانت المبشر في بداياتها لا تتعدى نشر البلاغات العسكرية والقضائية والحكومية باللغة الفرنسية بدأنا نلحظ نشر المحتويات باللغة العربية البحتة وتنوعا في محتوياتها والمواضيع التي تناقشها بشكل بسيط وجميل، وخاصة ما تعلق بالنشاط الفلاحي والزراعي الذي مثل نشاط الأهالي في تلك المرحلة فنجد مقالات ترشد في طرق الرعي وتسمير الخيول وتربية الأنعام وزراعة القطن وطرق القضاء على الجراد وكذلك أورد فيها بعض ما جاء في تراث الأمم السالفة كالفارسية والرومانية وغيرها، واستطاع بذلك ان يكسر الطابع الرسمي للصحيفة الى بث المحتويات التجارية والإرشادية والثقافية.[1] كما ركزت الجريدة على نشر العديد من المؤلفات والسلاسل ذات الطابع المفيد أو تلك التي يتوافق موضوعها مع مشرب الجريدة ويمكننا أن نتحدث هنا عن "منشورات المبشر" فقد توفر لقرائها ما يعجزون عن اقتنائه بنقودهم، ففي سنة 1868 سلسلت المبشر كتاب " أقوم المسالك في معرفة أحوال الممالك " لخير الدين باشا التونسي وقبل ذلك قامت بنشر كتابا في الجغرافية للشيخ رفاعة بك الطهطاوي الذي زار فرنسا كإمام للبعثة العلمية التي نهلت العلم من الجامعات الفرنسية.[2]

ورغم الدور الاستعماري الذي اضطلعت به جريدة المبشر من خلال محاولاتها الحثيثة تشويه صورة المقاومات الشعبية ووصفها بما لا يليق والحرص على تشويه رموز الجزائريين عبر بث الإشاعات والأكاذيب في الجريدة خاصة حول شخصية الأمير عبد القادر إلا أننا يمكننا اعتبارها المدرسة الصحفية الأولى التي سمحت للجزائريين الاحتكاك بالفنون الصحفية والكتابة عبر صفحاتها والتمرس على معالجة الأخبار ومناقشة الأفكار الثقافية والأدبية من خلالها ولعل الأسماء التي تكونت عبر صفحات هذه المدرسة الصحفية إستطاعت أن تؤسس لصحف أهلية ذات أبعاد نضالية وإصلاحية دأبت على المطالبة بحقوق الجزائريين في الحياة الكريمة والحق في الممارسة السياسية وحرية التعبير وإنشاء المدارس والصحف، كما كان لهذه الصحف الأثر البالغ في تدويل القضية الجزائرية وإخراجها من الحدود المغاربية إلى فضاءات واسعة حيث استقبلتها النخب العربي في المشرق ودافعت عن حق الجزائريين في تقرير مصيرهم وفتحت المجال للعلماء والمفكرين الجزائريين في الكتابة عبر صحفهم فكان: عمر راسم وعمر بن قدور والأمير خالد ورواد الحركة الإصلاحية في الجزائر كالشيخ العلامة المجدد عبد الحميد ابن باديس والشاعر والمؤرخ إبراهيم ابي اليقضان والشيخ محمد البشير الإبراهيمي ومحمد سعيد الزاهري وغيرهم من القامات الفكرية التي كانت كنجوم الليل التي تهتدي بها القوافل والركبان الى الطريق السديد والرشيد.

---

[1] الزوبير سيف الإسلام، رواد الصحافة الجزائرية، ط 1، دار الشعب للطباعة، القاهرة، 1981، ص 15

[2] بلقاسم سعد الله، تاريخ الثقافي للجزائر، الجزء الخامس، دار الغرب الإسلامي، الجزائر، 1998، ص 229، 230

صحافة الفنان المناضل عمر راسم:

إن الخوض في شخصية الفنان التشكيلي والصحفي عمر راسم يفتح لنا نوافذ متعددة حول هذه العبقرية الفكرية والرصيد النضالي والذي عبر عنه بطرق مختلفة وبوسائل محدودة وحادة، لقد خلف عمر راسم أثارا فنية لامست فيها ريشته حدود الإبداع وتألق قلمه في تزيين صفحات الكتب والجرائد وبرزت عبقريته في بعث صحف جزائرية ناطقة بالعربية كانت أولها "الجزائر" 1908 وأخرها "ذو الفقار" 1913–1914 حيث تولى فيها الإخراج والخط والزخرفة والطبع والتمويل والتوزيع.[1]

في سنة 1916 بدأ عمر راسم يشتغل في المطبعة الرسمية حيث كانت تطبع جريدة " المبشر" الناطقة باسم الحكومة الفرنسية وكانت تلك فرصة له للاحتكاك بمهنة الصحافة وفي هذه الفترة عاش عمر راسم أحداثا هامة لعبت دورًا كبيرًا في تكوينه ومن أهمها الصورة التي قامت بها جماعة ماكس ريجيس الفرنسيين الغلاة في مدينة الجزائر والحملة الواسعة التي قاموا بها ضد اليهود والصهيونية ثم وصول الوالي الفرنسي جونار الى الجزائر والذي ابدى تفهما كبيرا تجاه حقوق وقضايا المسلمين وأخيرًا زيارة الشيخ محمد عبده الى الجزائر وهو زعيم الحركة الإصلاحية في العالم الإسلامي وظهور صحيفة "المغرب" باللغة العربية وكان يكتب فيها عدد من علماء الجزائر مثل ***المجاوي وابن سماية***.[2] وكل هذه الأحداث أخذت تأخذ في صقل شخصية الشاب المتحمس عمر راسم وتحثه على الوقوف بجانب إخوانه في الدفاع من قضية الوطن المغتصب والشعب المسلوب من كل حقوقه خاصة بعد إصدار قانون أدولف كريميو 1870 والذي منح الجنسية لليهود مع الحق في حرية المعتقد ثم قانون التجنيد 1912 والذي رفضه عمر راسم وبقوة رفقه مجموعة من النخبة الجزائريين والتي ضمت أمثال ***عمر بن قدور***.[3]

عرف عن عمر راسم منذ صباه بأفكاره الإصلاحية وتأثره الشديد بمحمد عبده ومن أوائل الجزائريين الداعين الى الأخذ بأفكاره لذلك سلك طريق الإصلاح والعمل منذ البداية فأصدر جريدة "الجزائر" 17 أكتوبر 1908 ولم يصدر منها إلا عدد واحد ثم أغلقتها السلطات الفرنسية، ثم أصدر جريدة ذو الفقار 05 أكتوبر 1913 واستمرت الى غاية 1914م.[4] وقد كان عمر راسم يتحمل عبأ تحرير فصولها ورسم صورها وطبعها على المطبعة الحجرية وتوزيعها وتمويلها وقد اتخذ هذه الجريدة ليصلح بها الأوضاع الاجتماعية المتدهورة ويدعوا فيها الى الإصلاح على الطريقة "العبدوية" ولكنه كان يحتد في أسلوبه رحمه الله مما جعل أصدقائه ينصحونه بالتخفيف من لهجته تلك فلم يأبه بنصحهم وقد جعل الجريدة تحت اسمين عالميين جليلين أحدهما السياسي "هنري الرشفور" والثاني هو المصلح "محمد عبده" ويبدوا أن هذه هي

---

[1] نفيسة دويدة، موقف عمر راسم من الحركة الصهيونية، مجلة الباحث، العدد: 02، الجزائر، 2020، 452، 453

[2] زهير احدادن، عمر راسم صحفي ورسام، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 09، الجزائر، بدون سنة، ص 113،114

[3] خير الدين شترة، أضواء على نضال الصحفي للشيخ عمر راسم، مجلة الحقيقة، العدد: 32، الجزائر، ص 376

[4] حنيفي هلايلي، صورة عمر راسم من خلال جريدة ذو الفقار، الملتقى الدولي حول شخصية عمر راسم، الجزائر، 2009، ص 02

الأسباب التي دفعت السلطات الاستعمارية لإيقافها متعللة بالحرب العالمية الأولى، لهذا لم يصدر من ذو الفقار الا أربعة أعداد ثم توقفت بعدها للأبد[1].

كما يستوقفنا في هذه المرحلة أحد أهم أقطاب الصحافة العربية في الجزائر وهو المصلح عمر بن قدور 1866– 1932 ومن الأوائل الذين ناضلوا لأجل التعريف بالقضية الوطنية من خلال كتاباته في مختلف الجرائد الصادرة عن الأقطار العربية : جريدة اللواء في مصر 1906 ، الحقيقة بتونس 1907 ، والتقدم بتونس 1908 وجريدة الوزير التونسية 1911، وقد قام بتأسيس مجموعة من الصحف الجزائرية كالفاروق 1913 أو الكتابة والمساهمة في مختلف الصحف التي كانت تصدر عن النخب الجزائرية كالصديق سنة 1920 و التقدم 1923–1924 و جريدة وادي ميزاب 1927 و التي دعا فيها الى أراءه الجريئة حول عديد القضايا لإصلاح أحوال المجتمع الجزائري كالدعوة الى التكافل الاجتماعي والاتحاد عبر إنشاء مختلف الجمعيات والحث على النهوض والإصلاح في وجه المستعمر.[2] ولم يتوقف اهتمامه بالقضايا الوطنية فقط بل تمدد في اشتغالاته الصحفية الى البعد المغاربي وقد اهتم بالقضية الليبية ونقل أخبار الدائرة بين الإيطاليين والليبيين وينشرها في جريدة الفاروق في عمود الحوادث الخارجية تحت عنوان "طرابلس الطرابلسيين" ومما كان ينشره خطب زعماء الليبيين الحماسية مثل خطبة الشيخ أبو بكر أحد الزعماء السنوسيين الذي القى خطابا حماسيا أمام الليبيين وكذلك حرص على نقل انتصارات الليبيين ضد المحتل الإيطالي.[3]

ورغم أن عمر ابن قدور أعلن في بداية تجربته ابتعاده التام عن عوالم السياسة ومنزلقاتها ومحاذيرها وتركيزه على الجوانب الإصلاحية والتربوية في المجتمع الجزائري وقد كتب قائلا: وأعذنا اللهم من السياسة ومأزقها وامنعنا أضرارها وبوائقها، إنها لهول شديد وشر مبيد فويل للضعفاء منها ومن تلونها وتقلباتها لقد عتت عليهم عتوا كبيرًا، وملأت قلوبهم رعبا فما كان بعضهم لبعض ظهيرًا فأكفيهم الله هذا الشر المستطير.[4] ولكنه لم يستطع أن ينأى بنفسه في الخوض في القضايا السياسية التي أثرت بشكل مباشر على الشعب الجزائري وقضيته وخاصة قانون أدولف كريميو 1870 والتي تم بموجبها تجنيس اليهود مع الحق في حرية المعتقد والتعبد، ثم قانون التجنيد الإجباري سنة 1902 والذي ساندت من خلاله "جريدة الفاروق" فرنسا في حربها ضد الألمان وأشادت بانتصاراتهم ودور الجزائريين في هذه الانتصارات وقامت بدور دعائي لصالح الجيش الفرنسي كما ركزت في مقالاتها الافتتاحية على نشر الاخبار المتعلقة بمخالفة الجيوش الألمانية للأعراف الدولية الإنسانية في الحرب وقد عنونت أحد مقالاتها بالتوحش الألماني" وجاء فيها التالي: اشتهر الألمان ووصفت أعمالهم الحربية بالأعمال البربرية الوحشية في عملياتهم الحربية مما

---

[1] محمد ناصر، عمر راسم المصلح الثائر، الموسوعة التاريخية للشباب، منشورات وزارة الثقافة والسياحة، 1984، الجزائر، ص 10

[2] خليل كمال، الفكر الإصلاحي عند عمر بن قدور 1886–1932، مجلة البحوث التاريخية، العدد: 02، 2017

[3] قرين مولود ، البعد القومي في فكر النحبة الجزائرية في مطلع القرن العشرين ، حوليات التاريخ و الجغرافيا ، العدد : 06 ،

[4] قرين مولود، القضايا السياسية في اهتمامات النخبة الإصلاحية الجزائرية عمر بن قدور نموذجا، مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية، العدد: 19، الجزائر، ص 111

تزعزعت له اركان الإنسانية واهتزت أطراف الحضارة والمدنية، حتى خيل للناس أجمعين أنهم ليسوا في عهد المدنية الذهبية التي يفتخر بها القرن العشرين بل كأنهم في القرون الوسطى.[1]

ويبقى الصحفي عمر بن قدور أحد رواد الصحافة العربية في الجزائر ومن بين الأقلام التي استطاعت ان تخترق جدار الصمت الذي ضرب على الجزائريين وقد أستطاع عمر بن قدور من التعريف بالقضية الجزائرية وخصوصية الفرد الجزائري خلال كتاباته في الصحف العربية وعلاقته ببعض رموز النهضة العربية بالإضافة الى الجهود الإصلاحية والتربوية والتي مهدت الى تشكل جيل وطني متمسك بخصوصياته الهوياتية وحقه في تقرير مصيره.

صحافة الإصلاحي والمفكر الجزائري إبراهيم ابن عيسى أبو اليقظان:

إن الشيخ أبو اليقظان هو أحد أهم معالم الفكر والإصلاح والدعوة في الجزائر بالإضافة الى كونه رمزا من رموز الكتابة والصحافة والنضال ضد سياسات الاستعمار ودفاعه الدائم عن الإسلام والهوية الراسخة والوطن المستقل وذلك عبر صفحات الصحف التي أنجزها وأسس لها، وقد كان أبو اليقظان مولعا بقراءة الصحف منذ نعومة أظافره فكان يترصد كل صحيفة تصدر بالمشرق وكان حريضا على اقتنائها ومتلهفا للاطلاع عليها مثل جريدة اللواء المصرية والزهرة الطرابلسية وجريدة الحق وجريدة المنار التي جابت كل الأقطار العربية وأبدع رشيد رضا في تحريرها و طرح القضايا الإصلاحية من خلالها.[2]

وراح الحس الصحفي يتكون وينموا عنده وتطلعت نفسه الطموح لتحرير بعض الصحف وحوالي سنة 1913 حرر بيده صحيفة كاملة أسماها "قوت الأرواح" تعبيرا عن هذا الميل القوي الذي توصف به وردا على صديقه الحاج عمق العنق الذي أهداه هو الأخر صحيفة حررها بنفسه تحت عنوان "الرحيق المختوم"، وفي سنة 1914 وهو يدرس في تونس قدم صحيفته قوت الأرواح للزعيم الليبي الشيخ سليمان الباروني فشجعه على المضي قدما في هذا السبيل قائلا له "لقد أطاعك القلم في النظم و النثر" وحرر صحفا أخرى غيرها و لكنه لم يحافظ عليها لأنها لن تصل لتحقق غايات نفسه ومطامحه.[3]

وتعتبر جريدة وادي ميزاب من أهم الصحف التي أنشأها الشيخ أبو اليقظان سنة 1926 وهي جريدة أهلية وطنية إسلامية تصدر بعاصمة الجزائر وليست ناطقة باسم الأمة الميزابية فحسب بل رسم لها خطها الأساسي لتكون لسان حال الفكر الإسلامي عموما والجزائر خصوصا فهي مجال لأقلام كافة الأحرار الباحثين ومرأة تنعكس فيها على البلاد أشعة الأفكار اللامعة وأنوار العقول الراجحة.[4] وقد أحتفى الكثير من القامات والأعلام بما احتوته هذه الجرائد وخاصة ما كتبه الأمير شكيب أرسلان بخصوص أعداد من جريدة وادي ميزاب وقد جاء في المراسلة "إني تلقيت رزمة عظيمة من أعداد جريدتكم وقرأت أشياء لذيذة

---

[1] عائشة سبيحي، تفاعل جريدة الفاروق مع أحداث الحرب العالمية الأولى، مجلة الحوار المتوسطي، العدد: 10، 2019، ص 192.

[2] بوسعيد سومية، من أعلام الفكر الإسلامي الشيخ أبو اليقظان الصحفي المصلح، مجلة المعارف للبحوث التاريخية، العدد: 25، جامعة حمة لخضر، ص 48.

[3] محمد نصر، أبو اليقظان وجهاد الكلمة، منشورات وزارة الثقافة والسياحة، الموسوعة التاريخية للشباب، الجزائر، 1984، ص 11

[4] خيري الرزقي، من منابر الإصلاح والسياسة في المستعمرة الجزائرية جريدة وادي ميزاب، العدد: 02، دورية دولية محكمة، 2019، ص 74

فسألت الله لكم النجاح وما من حاجة الى البيان إن القطر الجزائري يهمنا كما تهمنا باقي الأقاليم في المشرق.[1]

ولم تقف الصحافة اليقظانية على صدورها وتوزيعها داخل الجزائر بل حرص حرصا شديدا على توزيعها خارج البلاد و خاصة في المشرق وفرنسا وهو ما اعطى قوة للخطاب الإصلاحي وصوت الجزائر بين النخب المشارقية التي أسهمت هذه الصحف في تعريفها بجوهر القضية الجزائرية ويكفي أن نشير الى الرسالة التي بعثها قنصل مصر بمرسيليا الى الشيخ ابي اليقظان مرفقة بقيمة مالية للاشتراك لمدة ستة أشهر في جريدة الأمة، وكذلك شهادة الكاتب المعروف أحمد زكي الملقب بأبو العروبة في حق جريدة وادي ميزاب و التي قال عنها بعد قراءتها "لم أكن أتصور أن مثل هذه الجريدة تصدر في الجزائر وأن يكون فيها صحافي بهذه الجرأة وهذا الاهتمام بقضايا العالم العربي والإسلامي وليس فقط بمنطقة محدودة في منطقة الجنوب وصحراء الجزائر الشاسعة"

خاتمة:

لم يهتم الكثير من المؤرخين والباحثين في مسارات النضال الوطني الذي تزعمته الحركة الوطنية الى محورية الأثر البالغ للصحف والجرائد والمنشورات التي أنتجها الجزائريون بأنفسهم وتحت تحريرهم وتحقيقهم الشخصي، بل إن الكثير من هذه الأسماء الصحفية لم تأخذ نصيبها من الدراسة والبحث والتأمل في مساراتها وكتاباتها وخيراتها النضالية بل غيبت تماما في الذاكرة الوطنية، وإن كانت الصحافة بشكل عام تقوم بدور نشر الأخبار والوقائع وتوزيعها عبر المواد المتصلة بها فإن الصحافيين الجزائريين استغلوا هذه الوسيلة في ملأ الفراغات التربوية والتعليمية التي حرم منها الجزائريون وتم إدماجهم قصرا في المدارس الفرنسية، إن الصحافة كانت المدرسة الوحيدة التي استطاعت من خلالها النخب والعلماء والمفكرين من رفع مستوى الوعي السياسي والثقافي للأهالي بل سعت الصحف التي أسستها جمعية العلماء المسلمين الى ترسيخ مفهوم الوطنية وخصوصية الأمة الجزائرية ذات التاريخ و الدين و اللغة المستقلة و التي لا تنتمي بأي حال من الأحوال الى مشروع الجزائر الفرنسية، ويمكننا رصد هذه الأمر في عديد المقالات التي نشرت في جريدة الشهاب و الأمة أول عهد صحافة جمعية العلماء ، كما مثلت هذه الصحف شكل من أشكال التفاعل السياسي مع سياسيات المستعمر الفرنسي ومساحة مهمة للتعليق والتعقيب والخطاب الموجه الى الإدارة الفرنسية وهو الأمر الذي تجلى في صحافة الأمير خالد وخاصة صحيفة " الإقدام " وكذلك في الحملات الصحفية والنشريات التي تكفل عمر راسم بكتابتها بيده ضد سياسيات التجنيد الإجبارية 1912 و معاهدة كريميو 1870 ، و كلها أدوار لعبتها الصحافة الوطنية في سبيل خدمة المشروع الوطني المستقل دون العودة الى أي اعتبارات أخرى من شأنها أن تحد من فعالية هذه الأدوار .

---

[1] خيري الرزقي، الشيخ إبراهيم ابو اليقظان ومواجهة السياسة الفرنسية في الجزائر، المجلة التاريخية الجزائرية، العدد: 04، 2017، ص96

المصادر والمراجع:

• **الكتب:**

- أديب مروة، الصحافة العربية، ط1، منشورات دار الحياة للنشر، بيروت، 1961.
- بلقاسم سعد الله، تاريخ الثقافي للجزائر، الجزء الخامس، دار الغرب الإسلامي، الجزائر، 1998
- زهير احدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- الزوبير سيف الإسلام، تاريخ الصحافة في الجزائر، الجزء 2، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1982.
- الزوبير سيف الإسلام، رواد الصحافة الجزائرية، ط1، دار الشعب للطباعة، القاهرة، 1981.
- سليمان ابن صيام، ثلاث رحلات الى باريس، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2005.
- فيليب دي طرزاي، تاريخ الصحافة العربية، المطبعة الأدبية، بيروت، 1913. ج 02.
- محمد اركون، الفكر العربي، ط1، دار عويدات للنشر والتوزيع، بيروت، 2016.
- محمد بن صالح ناصر، لصحف العربية الجزائرية، ط1، ألفا ديزاين، الجزائر، 1980.
- مفدي زكريا، تاريخ الصحافة العربية في الجزائر، ط1، مؤسسة مفدي زكريا، الجزائر، 2003.
- محمد ناصر، عمر راسم المصلح الثائر، الموسوعة التاريخية للشباب، منشورات وزارة الثقافة والسياحة، 1984.
- محمود نجيب أبو الليل، تاريخ الصحافة في أوربا وأمريكا، ط1، الدار المصرية للنشر، 1954.

• **المجلات والمقالات العلمية:**

- إبراهيم لونيسي، دور الإدارة الإستعمارية في نشر اللغة الفرنسية، مجلة لآداب والعلوم الإنسانية، العدد 02، الجزائر.
- بوسعيد سومية، من أعلام الفكر الإسلامي الشيخ أبو اليقظان الصحفي المصلح، مجلة المعارف للبحوث التاريخية، العدد: 25، جامعة حمة لخضر، بدون سنة.
- حنيفي هلايلي، صورة عمر راسم من خلال جريدة ذو الفقار، الملتقى الدولي حول شخصية عمر راسم، الجزائر، 2009.
- خالد بوهند، النخب الجزائرية 1892–1942، المركز العربي للأبحاث والدراسات، ط1، 2020
- خيري الرزقي، من منابر الإصلاح والسياسة في المستعمرة الجزائرية جريدة وادي ميزاب، العدد: 02، دورية دولية محكمة، 2019
- خيري الرزقي، الشيخ إبراهيم أبو اليقظان ومواجهة السياسة الفرنسية في الجزائر، المجلة التاريخية الجزائرية، العدد: 04، 2017.
- خليل كمال، الفكر الإصلاحي عند عمر بن قدور 1886–1932، مجلة البحوث التاريخية، العدد: 02، 2017.
- خير الدين شترة، أضواء على نضال الصحفي للشيخ عمر راسم، مجلة الحقيقة، العدد: 32، الجزائر
- عبد الله خي، أهمية الصحف في كتابة التاريخ، مجلة الحقيقة، العدد: 10، أدرار، 2015.

- عائشة سبيحي، تفاعل جريدة الفاروق مع أحداث الحرب العالمية الأولى، مجلة الحوار المتوسطي، العدد: 10، 2019.
- قرين مولود، البعد القومي في فكر النحبة الجزائرية في مطلع القرن العشرين، حوليات التاريخ والجغرافيا، العدد: 06.
- قرين مولود، القضايا السياسية في اهتمامات النخبة الإصلاحية الجزائرية عمر بن قدور نموذجا، مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية، العدد: 19، الجزائر .
- نفيسة دويدة، موقف عمر راسم من الحركة الصهيونية، مجلة الباحث، العدد: 02، الجزائر، 2020.

• المواقع والمصادر الرقمية:

- حوار بين بين عزي عبد الرحمان، زهير أحدادن، تاريخ الصحافة في الجزائر 1830 – 2015، 03/09/2015 على الرابط التالي:
- https://www.youtube.com/watch?v=88pQiP8WTaw&t=315s
- عويمر، الشيخ أبو اليقظان وحركة الإصلاح في العالم العربي، موقع جمعية العلماء المسلمين، 04/06/2014، على الرابط:
- https://www.oulamadz.org/2014/06/04/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D9%8A%D8%AE-%D8%A3%D8%A8%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%82%D8%B8%D8%A7%D9%86-%D9%88%D8%AD%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B5%D9%84%D8%A7%D8%AD-. %D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9/
- Tugan-Baranovsky .napoleon as journalist. Volgograd University**.** Web site www.napoleon-series.org1
- Le histoire de press avant 1600 : Document PDF / web sitehttps://cahier-de-prepa.fr/

دور الأسرة في تربية الطفل على وسائل الإعلام

The role of the family in raising the child on the media

الشيـــــــــــــــكر آنـــــــــــــــسة

باحثة دكتوراه تخصص إعلام وإتصال

معهد الصحافة وعلوم الأخبار جامعة منوبة تونس

ملخص:

نظرا للثورة التكنولوجية التي غزت العالم ، أدت هذه الأخيرة إلى تغيير المشهد الإعلامي مما تجاوزت التطورات في المجال الإعلامي حدود الزمان والمكان شكلا ومضمونا ، مما زاد انتشار وسائل الإعلام بشكل كبير وأمام هذه الموجة والزخم الهائل الذي عرفه المشهد الإعلامي فإن وسائل الإعلام أخذت أدورا أخرى شملت الترفيه والفنون والتربية ...إلى جانب أدوارها الأساسية المتمثلة في الإخبار و التفسير .فأمام كل هذا التحدي كان ولا بد من إيجاد حل يتوائم مع هذه التطورات السريعة التي انعكست على المضامين الإعلامية مما انعكس هذا على المنظومة القيمة للأفراد الذي أصبح بين حتمية التكنولوجيا والتلقي والتعامل الواعي مع هاته المضامين الإعلامية التي تبث إليه عبر مختلف وسائل الإعلام والاهتمام بالمسائل القيمية والسلوكية .ومن هذا نشأ المصطلح الجديد ألا وهو التربية على وسائل الإعلام .وقد أثارت مسألة التربية على وسائل الإعلام اهتمام العديد من الباحثين في مجال التربية والإعلام وعلم النفس وعلم الاجتماع ، فانكبوا على البحث في هذا الموضوع و كيفية التعامل مع وسائل الإعلام والمضامين التي تبثها وتمكينهم من القدرة على حسن الانتقاء والتعامل الجيد معها.

الكلمات المفتاحية: الأسرة، التربية الإعلامية، النظرية الحتمية التكنولوجية، النظرية الحتمية القيمة.

Abstract:

Due to the technological revolution that invaded the world, the latter led to a change in the media landscape, which led to developments in the media field that exceeded the limits of time and place in form and content, which increased the spread of the mass media greatly. In the face of this wave and the tremendous momentum that the media scene has known, the media took other roles that included entertainment. And arts and education ... in addition to its basic roles of informing and explaining. Faced with all this challenge, it was necessary to find a solution in line with these rapid developments that were reflected in the media contents, which reflected this on the valuable system of individuals, which became between the imperative of technology, receiving and conscious interaction. With these media contents that are broadcast to him through various media and attention to value and behavioral issues. From this arose the new term, which is media education. The issue of media education has aroused the interest of many researchers in the fields of education, media, psychology and sociology. Research on this topic and how to deal with the media and the content that they broadcast, and enable them to be able to choose well Good factor with it.

Key words: family, media education, technological determinism theory, value deterministic theory.

مقدمة:

تسعى العولمة في شقها الإعلامي إلى تعميم نموذج يسوق مضامين إعلامية وثقافية غربية محل الثقافات المحلية وإحلال قيم ومبادئ وتقاليد غربية، وهذا في ظل الانفجار التكنولوجي الحديثة للإعلام والاتصال، وفي ظل هذا التطور السريع أصبحت تستعين الدول الغربية بمختلف وسائل الإعلام الجماهيرية التي لها من خصائص التأثير على المتلقي سواء في سلوكه أو ثقافته أو معارفه مما أصبح يشكل خطورة على منظومة القيم لدى المجتمع العربي وخاصة المجتمع الجزائري بمختلف شرائحه، وفي ظل هذا الزخم الهائل من المضامين التي أصبحت تبث على مختلف وسائل الاتصال . وفي ظل الانفتاح الإعلامي والثقافي حيث بدأ العالم يدخل بيوتنا بلا استئذان ولا سيما في ظل التفاعل السريع لتكنولوجيا الحديثة للاتصال، فمن أبرز وسائل الاتصال انتشارا وتأثيرا على مختلف الأفراد وخاصة الأطفال: التلفزيون

إذ في ظل هذه الوسيلة أصبحت شخصية الطفل تتشكل تبعا لمدى تأثره بها وقد زاد الربط بين الطفل والتلفزيون بظهور عدة قنوات تبث برامج خاصة بالأطفال تحمل في طياتها قيم ورسائل متعددة ومتنوعة التي باتت جزءا رئيسيا وأساسيا في حياة الطفل اليومية وعنصر ضروري لا يمكن الاستغناء عنه.

ويعد التلفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية انتشارا بين الأطفال في مراحل عمرية متقدمة كما أن غالبيتهم يشاهدونه بصفة منتظمة، كما يعتبر من وسائط التربية الفاعلة في نقل القيم والأفكار والمفاهيم ويسهم كذلك في بلورة الاتجاهات وتغييرها.

فموضوع القيم يحظى بأهمية كبيرة في العملية التربوية، وذلك لما لها أهمية بالغة في حياة أفراد المجتمع، حيث تعد الأساس في الاستقرار النفسي والاجتماعي للأفراد والمجتمعات على حد سواء. وتتعدد وسائل التطبيع الاجتماعي التي تسهم في غرس القيم لدى الأطفال، يأتي في مقدمتها التلفزيون وذلك لما يسهم به في إعداد وتكوين لشخصية الطفل.

وفي ظل هذا تسعى الأسرة كمؤسسة تنشئة لتحصين الطفل وتمكينه من التحليل النقدي للمضامين الإعلامية التي تحاصره من كل حدب وصوب للحفاظ على المنظومة والقيمية لديه لأن الطفل من ضمن الشريحة الحساسة التي ليس لها القدرة على انتقاء المضامين التي تبث ويفتقر في امتلاكه آلية الدفاع عن القيم الموجودة ضمن شخصيته وهويته، فهنا الأسرة تقوم بدور كبير ومهم من أجل رعايته والحرص الشديد في متابعة تكوين شخصيته وتشكيل أخلاقه وقيمه ومن خلال هذه الورقة البحثية نطرح التساؤل التالي:

- ما هي الآلية التي تسعى من خلالها الأسرة للحفاظ على المنظومة القيمية لدى الطفل في ظل تكنولوجيا الاتصال (التلفزيون نموذجا)؟

أولا: النظرية الحتمية التكنولوجية:

المقاربة السيسيولوجية لمتغير تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة من منظور الحتمية التكنولوجية، الذي تمثل في بنيتها كنسق يتميز بمستوى من التطور من حيث التصميم والهندسة والإبداع، وعن التأثر

والهيمنة التي تشكلها ضمن محور الانساق المجتمعية، وكذا علاقاتها بنمط مجتمع الإعلام والاتصال وتنوع وتعقد علاقات الاستخدام المتصلة بها.

وباعتبار الحتمية التكنولوجية تصورات لتطور وسائل الاتصال وتأثيراتها على المجتمعات الحديثة[1]، فالنظام التفسيري لهذه النظرية في مجال الدراسة يتحدد ضمن محور اندماج تكنولوجيا الاتصال والمجتمع، وكذا نسق التصور في تشخيص وتحديد ممارسة الاتصال التفاعلي كقيمة، وباعتبار تكنولوجيات الاتصال مؤسسات للتنشئة ذات طبيعة اجتماعية وثقافية "أخلاقية وتربوية"، هذا يتطلب تحليل العلاقات المكثفة والغموض مجال الاستخدام وإعادة قراءة وتفعيل المضمون بمستوى قيمي. وفي هذا السياق وضمن هذا النسق تعتبر مجموع الاختراعات مؤثر محوري وأساسي على بنية المجتمع. فالموضوعات والجمهور يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل، وإن تطور وسائل وعمليات الاتصال مرتبط بحياة الناس وبالحضارة الإنسانية على اختلاف الأمم وتباين الأجيال[2]. وعليه حتمية النظر إلى تكنولوجيا الاتصال من حيث أنها مؤسسات لنشر المعلومات المختلفة، والاهتمام أكثر بقراءة مضمونها من حيث عملية التشكيل للمعلومات عند المستوى القيمي، وبتحليل طبيعة هذه التكنولوجيات نظرا لتعقد الاستخدامات الاجتماعية الأكثر تواترا لدى أفراد المجتمع المعاصر.

ومنه تحتم علينا تحليل وإبراز العلاقة بين ثقافة المجتمع وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، ودور الوعي الاجتماعي في التفاعل بين المتغيرين، وتفكيك إشكالية اعتبارها أدوات للتنوع أو التجانس الثقافي أو التغير الاجتماعي، فالنظرية الحتمية التكنولوجية لم تأخذ في الاعتبار الاختلاف الثقافي، كما أن العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والمجتمع لا تفرض التغيير ولكنها تهيأ الظروف، والتغيير الاجتماعي نفسه مرتبط بأسلوب استخدام الفرد للتكنولوجيا.

<u>ثانيا:</u> النظرية الحتمية القيمية:

في المقاربة السوسيولوجية لمتغير القيم valeur في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة ومن منظور هذه النظرية، تتمثل في مكانة القيمة للانساق والبنيات ضمن محور النسيج المجتمعي، المشكلة في تحديد الأدوار وتوظيفها وبناء شبكة من العلاقات وحصانتها والارتقاء بها، وذلك استدلالا بالقيمة التي تساهم بشكل أساسي في عملية التنظيم الاجتماعي.

وباعتبار القيم ضمن المحور التفسيري لهذه النظرية هو اعتبار القيمة ما يسمو ويرقى من الدلالات ومصدرها المعتقد الديني "القرآن الكريم محور مركزي للنظرية"، تهتم بتحليل المضمون على أساس: من؟

---

[1] هربرت. أ. شيللر. المتلاعبون بالعقول: ترجمة عبد السلام رضوان. عالم المعرفة. ع 243. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. الكويت. 1999. ص ص 28،25.

[2] منال المزاهرة. نظريات الاتصال. ط1.دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. عمان. 2011. ص360.

ماذا؟ لمن؟ في أية وسيلة؟ وبأي تأثير؟ وعليه فالنظرية الحتمية القيمية أداة منهجية تدرس مدى حضور المنظومة القيمية في المجال الاجتماعي، ويمكن أن تظهر وتتجسد في سلوك الفرد بالأبعاد الآتية:[1]

- البعد الإيماني: الإيمان بالله وأداء العبادات.
- البعد التواصلي: حسن التواصل مع الآخر.
- البعد الزماني: احترام الوقت.
- البعد المكاني: الاهتمام بالفضاء العمومي.
- البعد النفسي: ضبط النفس.
- البعد الاجتماعي: التفاعل.
- البعد الاقتصادي: احترام قانون العمل.
- البعد التربوي: حب العلم.
- البعد الجمالي: الذوق.
- البعد الإنساني: احترام التنوع الثقافي.

وعليه فحتمية مقاربة الموضوع المعقد "المنظومة القيمية في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال" يتحدد في مدى تفعيل القيمة باعتبارها الطاقة المعنوية الروحية في تعبير مالك بن نبي، وباعتبارها في المرحلة التاريخية الحاضرة معطلة ودون فعالية اجتماعية، وكواجب أخلاقي حتمية تفعيل وتوظيف الوعي على مستوى الوحدات النسقية للبناء الإجتماعي، والذي يتطلب أحيانا "الشك قبل اليقين "على حد تعبير أبو أحمد الغزالي والتأكيد على الجهد الشخصي وإثبات الوجود في اكتساب القيمة، وحتمية إدراك أن الثابت يرتبط بالحقائق الإيمانية[2].

<u>ثالثا</u>: مصطلح التلقي: بين تعدد الدلالات وهويته الألمانية.

يثير مصطلح «نظرية التلقي» الكثير من الإشكالات التي تمتد على المستويين العمودي والأفقي، فالمتقصى لجذور هذا المصطلح يصادف ملامح له أثناء تجواله داخل المنظومة النقدية الأدبية الألمانية من جهة، ومن جهة أخرى يكتشف أن التوجه نحو القارئ موضع اهتمام كثير من النظريات النقدية المعاصرة، إضافة إلى إحالة مصطلح التلقي على عديد من المدلولات غير الأدبية.

فقد انتبه هانس روبرت ياوس **HANS ROBERT JAUSS** إلى هذه المسألة سنة 1979، وأشار بدعابة إلى أن «قضايا التلقي» يمكن أن تبدو للأذن الأجنبية أكثر ملائمة للتدبير الفندقي منه إلى الأدب، ولعل ياوس كان صادقاً في رأيه هذا، فنحن حينما نعود مثلاً إلى محركات البحث على الإنترنت فإنها تحيلنا على مجموعة من المواضيع المرتبطة بالاستقبال في معناه اللغوي وما ارتبط بذلك من سياقات اجتماعية واقتصادية.

---

[1] عبد الرحمن عزي. منهجية الحتمية القيمية في الإعلام. الدار المتوسطية للنشر. تونس. 2012. ص85.

[2] عبد الرحمن عزي ونصيرة بوعزي. حوارات أكاديمية حول النظرية الحتمية القيمية في الإعلام. دار الورسم للنشر والتوزيع.2011.ص15.

وعلى الرغم من أن نظرية التلقي تتشعب جذور اهتماماتها في الميادين المختلفة للعلوم الإنسانية، إلا أن انصياع مصطلح التلقي لحد منضبط أمر غير متأتٍ. ويناقش هولاب **Holub** هذه القضية في اللغة الألمانية، إذ يتساءل «كيف تختلف كلمة **rezeption** عن كلمة **wirkung** (وهذه غالباً ما تترجم بـ«تجاوب» أو «أثر»). وتتعلق كلتا الكلمتين بأثر العمل الأدبي في شخص ما، وليس من الواضح فصلهما بشكل تام، وهذا الأمر ينبهنا إلى مسألة هامة وهي أن المشكل الاصطلاحي مطروح حتى في اللغة الأم فما بالنا باللغات التي يسافر إليها المصطلح. إلا أن هذا التضارب والاختلاف لم يمنع منظري نظرية التلقي من محاولة اقتراح حدود لنظريتهم.

وقبل أن نحط الرحال في ساحة النقد الأدبي الألماني لتحديد مفهوم «التلقي» داخله، لا بأس من التوقف قليلاً في محطات غير ألمانية، حتى يتسنى لنا إدراك امتدادات «نظرية التلقي» في أنظمة ثقافية مغايرة لمكان تأصلها، وكذا معرفة إن كانت تلك الأنظمة الثقافية تثوي في أحشائها إشارات للتلقي في بعديه النظري والإستيتيقي، لذلك ارتأينا القيام بجولة في معاجم لغات أخرى وفحص دلالة التلقي من خلالها.

في المعاجم اللغوية العربية تدل المادة (ل–ق–ا) على الاستقبال: «تلقَّاه، أي استقبله، والتلقي هو الاستقبال –كما حكاه الأزهري–وفلان يتلقَّى فلانا أي يستقبله»

اللغة الفرنسية بدورها لا تحفل معاجمها بالمعنى الجمالي للتلقي، ففي الوقت الذي نجد فيه إشارات متعددة لدلالة الكلمة على المستوى العلمي والاقتصادي والاجتماعي: استقبال الموجات، استقبال الضيوف... لا نصادف أي معنى يشير إلى تلقي النص وقراءته مثلاً.

وترجع كلمة التلقي **réception** إلى الأصل اللاتيني«**receptio**» التي تحمل معنى الاستقبال **action de recevoir** والقبول accepter، أما دلالتها الجمالية والنقدية فقد ولجت ساحة النقد الفرنسي عام 1979 بمناسبة المؤتمر الذي عقد في أنسبريك **innsbruk** من قبل الجمعية الدولية للأدب المقارن **(l'association internationale de littérature comparée AILC)** تحت عنوان: التواصل الأدبي والتلقي **communication littèraire et réception** بحضور المنظر الألماني هانس روبرت ياوس. هذا المؤتمر الذي جاء تقريباً بعد حوالي سنة من ترجمة كتاب: **pour une esthétique de la réception** من طرف كلود ميارد **Claude maillard**، لتتوالى العناية إثر ذلك بنظرية التلقي فاحتفي بها «في مجال الدراسات المقارنة المحدودة، ثم ظهرت أعداد خاصة من المجلات الفرنسية الأكاديمية اهتمت بالموضوع. بل ظهرت مجلة مختصة تدعى «الأعمال الأدبية والنقد **ouvres et critiques**» سنة1976. وخصصت بعض أعدادها لنظرية التلقي (77–1978)».

أما في اللغة الإنجليزية فكلمة: تلق **reception** تدل أيضاً على الاستقبال أو «طريقة رد فعل شخص أو جماعة اتجاه شيء ما. المسرحية لقيت قبولاً حماسيًّا من طرف المنتقدين». ومما يسجل هنا أن التلقي في معجم أوكسفورد والموسوعة البريطانية والمعجم الأمريكي ويبستر، بل وحتى في بعض معاجم المصطلحات النقدية، يرد معناه اللغوي بعيداً عن أية دلالة نظرية أو جمالية.

ولتحديد معالم البحث ننبه القارئ إلى وجود فرق بين نظرية التلقي وما يعرف بـ: **response cristism reader**، أي ما يمكن ترجمته إلى العربية بنقد استجابة أو تجاوب القارئ، إذ نجد في المعجم الإنجليزي أوكسفورد أن كلمة **reader** تدل على «الشخص الذي يقرأ، خاصة الشخص المولع بالمطالعة» أما كلمة **response** فتدل على الجواب والتجاوب والاستقبال.[1]

رابعا: مفهوم الإعلام ووسائله (التلفزيون نموذجا):

إذا أردنا الحديث عن مفهوم الإعلام فإننا سنتطرق لا محالة إلى وسائله في تحقيق الاتصال، حيث اشتقت هذه الكلمة لغويا من مصدر الفعل وصل، الذي يعني الربط بين كائنين أو شخصين وقد ورد في لسان العرب أن الوصل ضد الهجران، وهو خلاف الفصل، كما يعني الاتصال نوعا من التفاعل يحدث بواسطة الرموز، ويعرف معظم الباحثين الاتصال بأنه عملية نقل أو تحويل فكرة ما من شخص يسمى المرسل إلى شخص آخر يدعى المستقبل قصد تغييره.

أما لفظ إعلام لغة فيعني نقل الخبر، يقول العرب استعمله الخبر فأعلمه إياه يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته. والمعنى العادي للإعلام هو نقل دلالة أو مفهوم إلى كائن واع يتوسط رسالة اصطلاحية، ويتوسط حامل مكاني وزماني: مطبوعة–رسالة هاتفية–موجة صوتية، وللإشارة فإن الإعلام هو شكل من أشكال الاتصال، ورغم التداخل الذي قد يبدو أحيانا إلا أن الاتصال أشمل لأنه يعتمد كثرة الوسائط من ضمنها وسائل الإعلام (صحافة، تلفزيون، إذاعة.....).

وقد تعددت وسائل الإعلام عبر التاريخ، وبعد أن كانت تستعمل الأصوات والاشارات والحركات الراقصة أي الوسائل الجسدية الذاتية، اتجهت إلى استخدام وسائل مستقلة مثل النار والدخان للإعلام عبر المسافات البعيدة، كما تنوعت هذه الوسائل إلى شفهية (الخطبة والندوة). وأخرى كتابية (الكتابة والرسالة)، ووسائل سمعية وبصرية (مسرح، اذاعة، تلفزيون، سينما....)، ويعني ذلك تقسيم وسائل الإعلام إلى وسائل بدائية في العصر القديم (الخطبة والندوة) ووسائل تقنية متقدمة في العصر الحديث.

وما يهمنا في هذا السياق هو التلفزيون على الخصوص لما له من جاذبية لا يمكن نكرانها يجسدها انشغال الكبار والصغار به، ولعل فئة الأطفال باعتبار موقعهم الأكثر تأثرا بمضامينه فهو يؤثر في القيم وبالتالي في السلوك الاجتماعي من خلال الرسائل الإعلامية التي يبثها.

والتلفزيون من مفرزات التكنولوجيا والكلمة الإنجليزية مركبة من Télé ومعناها باليونانية عن بعد، و(**vision**) ومعناها الرؤية، وعند جمعهما يكون معنى التلفاز، الرؤية عن بعد وتجدر الاشارة إلى أن

[1] فؤاد عفاني. مقال بعنوان نظرية التلقي .. النشأة وإشكالات المصطلح منشور على الموقع :http://kalema.net تاريخ الولوج للموقع: 11.03.2020. الساعة 09.25.

العملية لا تقتصر على نقل الصور المرئية فقط، بل تتضمن نقل الأصوات أيضا، ومنه يطلق مصطلح التلفزيون على العملية الإعلامية التي تنقل الصورة والصوت للمشاهد.[1]

خامسا: خصائص التلفزيون:

عرفت الجزائر التلفزيون عام 1956، كأول دول في المغرب العربي قبل المغرب الذي عرفه عام 1965 أما تونس في 01 كانون الثاني 1966، في حين ليبيا 24 كانون الأول 1968.[2]

ومن الخصائص التي يتميز بها التلفزيون عن غيره من الوسائل الأخرى هي:

1- **البعد المرئي والحركي والسمعي:** الميزة الأولى التي تحققت في اختراع التلفزيون هو توفره على الصورة في عملية الارسال والبث.

وتستخدم الوظيفة الفنية للصورة بأنها تستخدم لخدمة المضمون أو المحتوى ونقل الحقيقة المرئية إلى المشاهد. وتساهم الصورة في تكوين العقلية البصرية له وقد تبين أن التجربة البصرية هي أكثر دواما وأعمق أثرا من سائر التجارب سواء كانت سمعية أو لمسية أو ذوقية أو شمية وأن 75 % من المعرفة تكسب عن طريق حاستي السمع والبصر.[3]

2- **الاستحواذ:** من أبرز صفات التلفزيون استحواذه على مشاهديه وهذه صفة تمليها الطبيعة المادية للتلفزيون، فهو يسيطر على سمع المشاهد وبصره لأنه يركز انتباهه على الصورة المتحركة ناطقة متغيرة محصورة في إطار صغير محدود ولا يكلف الرائي جهدا.

3- القدرة على الالتقاء بالجماهير: يتميز التلفزيون على غيره من وسائل الاتصال بقدرته على الالتقاء بالجماهير فالتلفزيون هو المثال لوسائل الاتصال الجماهيرية الذي يشاهده عدد هائل من الناس.

4- **التكرار:** من الأمور المسلم بها أن المعلومات التي يتلقاها الإنسان لا تستوعب بكاملها كما أنه يفقد نسبة كبيرة منها بمرور الوقت، مما يجعل عملية إعادة عرض المعلومات وتكرارها أمرا ضروريا وإذا نظرنا إلى التلفزيون وجدناه أقدر وسائل الاتصال عموما على التكرار والإعادة وتقديم الموضوع والفكرة الواحدة بأشكال متعددة بحيث يظهر في كل مرة وكأنه موضوع جديد وهذه الخاصية في التلفزيون هي من أبرز عناصر التأثير حيث أن اعتماد الأسلوب غير مباشر يجعل الأثر أشد وأبلغ.

5- **قلة التأثير وصعوبة تحديده:** يتصف التلفزيون ببطء تأثيره وصعوبة تحديد هذا التأثير ببحوث فورية.

---

[1] آمال علا وشيش. مقال: المرأة والطفل في الإعلام. المجلة دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية. المجلد 32.ع 02. جويلية.2019.ص11.

[2] أسامة ظافر كبارة. البرامج التلفزيونية والتنشئة الاجتماعية.ط1.دار النهضة العربية. بيروت. 2009. ص ص 146،148.

[3] أسامة ظافر كبارة. المرجع نفسه.ص154.

6- تحديد الاختيار: يتصف التلفزيون بصفة إعلامية أخرى هي مقدار الحرية التي يجدها المشاهد في اختيار البرامج المختلفة، أو مقدار تسيير الاختيار للمشاهدين، ورغم هذه الميزة فإن اختيار البرامج المختلفة تبقى هذه الميزة محدودة وقد يكون هذا التحديد نافعا أو ضارا حسب أنواع البرامج.

7- **نسبة الواقع إلى الخيال:** يتضح من البحوث التي أجريت بحوث حول نسبة إلى برامج الخيال في التلفزيون أي الوقت المخصص لبرامج الواقع أقل من الوقت المخصص لبرامج الخيال ومن الضروري معرفة نسبة برامج الخيال إلى برامج الواقع لسببين هما:

أ- أن كثيرا من البرامج الخيال تعتمد على مناظر العنف والخيال الجامح في تصوير حياة الكبار.

ب-أن كثيرا ما يصاحب برامج العنف ضآلة في التفكير المنطقي السليم أو تعديا على القانون أو تهوينا من شأنه وشأن القيم والأحكام الدينية.

وفي ضوء هذين السببين تبرز أهمية معرفة هذه النسبة وبخاصة للآباء والمربين حتى يدركوا مدى تأثير برامج الخيال على الأطفال لكونها تشكل السمة الغالبة على برامج التلفزيون.[1]

سادسا: عوامل قوة تأثير التلفزيون كوسيلة إعلامية:

يعتبر التلفزيون الأداة الإعلامية الأكثر من حيث عدد المتابعين وتنوع مشاربهم وفئاتهم، فقد أصبح وسيلة الدعاية السياسية الأولى في يد الحكومات بسبب تمتعه بعدد من المزايا التي لم تتوافر قبله لأي وسيلة إعلامية أخرى خاصة في مجال نقل الأخبار والأحداث العالمية الهامة ومن أهم هذه العوامل ما يلي[2]:

- المصداقية والمقدرة على الإقناع.
- السرعة في نقل الأخبار والأحداث.
- مجانية الخدمة.
- تغير أنماط الترفيه والتسلية الجماعية.
- سعة الانتشار.
- القدرة على التحديث والمتابعة.
- التأثير الإدماني للتلفزيون.
- تنوع المادة الترفيهية المعروضة.

سابعًا: أهمية التلفزيون وتأثيره على الأطفال:

ما تأكده الدراسات من أهمية التلفزيون كوسيلة اتصال فقد أعطى خبراء علم والاجتماع المتخصصون في مجال وسائل الإعلام الجماهيرية اهتماما خاصا لتأثير التلفزيون على الطفل، كما أجمع الباحثون على أن الأطفال هم أكثر الفئات تأثرا ببرامج التلفزيون ويرجعون ذلك إلى عاملين هما:

---

[1] صالح ذياب هندي. أثر وسائل الإعلام على الطفل.ط3.دار الفكر. بيروت.1998.ص ص 35،37.

[2] فؤاد أحمد الساري. وسائل الإعلام النشأة والتطور.ط1.دار أسامة للنشر والتوزيع.عمان.2011.ص ص 338،339.

1- أن الطفل يستمد كثيرا من خبرته عن الحياة من التلفزيون، وأن خبراته الواقعية الواعية غير محدودة ولذلك يتقبل ما يعرضه التلفزيون دون مناقشة بصيرة أو تفكير ناقد، فتكون درجة امتصاصه للمادة المعروضة أكبر مما يكن في مرحلة الطفولة المبكرة.

2- العامل الثاني أنه كلما كان سن الفرد وقلت خبرته صعب عليه الفصل بين الواقع الحقيقي الذي يعيش فيه والواقع الخيالي الذي تقوم عليه البرامج وكذلك غالبا يعتقد أن ما يقدمه التلفزيون حقيقة واقعة.[1]

ثامنا: أثر التلفزيون على سلوكيات وقيم الطفل:

نظرا لمكانة التلفزيون وأهميته لدى الأطفال من خلال طبيعته ومادته وطريقة عرضها التي تثير فيهم الجوانب الحسية والعقلية والانفعالية بدرجة كبيرة، وتأثر في اتجاهاتهم وتدمجهم فيما يرون ويسمعون، وتكون غالبا في السنوات الأولى من عمر الطفل، حيث تكون قابلية التأثر سهلة ويكون سلوكه قابلا للتقليد ومن المؤكد أن الأطفال يكتسبون القيم والتصورات والمعتقدات الاجتماعية من خلال المضامين التي يبثها التلفزيون.[2]

أظهرت بعض الدراسات أن 50% من المكتسبات العقلية للمراهقين في سن 17 يكتسب في الأربع سنوات الأولى من عمره، في حين 30 % تظهر منها ما بين السن الرابعة والثامنة وهكذا تعتبر مرحلة الطفولة من أخطر مراحل النمو، والتي تتطور فيها شخصية الطفل من الذاتية إلى التفاعل الاجتماعي كما يكتسب شكلا من المظهر والسمات.[3]

والتعرض الدائم والمستمر من مشاهد العنف والإجرام لابد من أن له تأثير على شخصية الطفل، خصوصا إذا بثت كرسوم متحركة.[4]

تاسعا: الأسرة:

إن ما يتعلمه الطفل من الأسرة منظومة القيم بصفة عامة والقيم الاجتماعية بصفة خاصة، وما يميز الأسرة عن غيرها من مؤسسات التنشئة أنها المحضن الأول الذي يتلقى فيها الفرد المبادئ والقيم والاتجاهات، من خلال العلاقات الأسرية يتعلم كثيرا من القيم الاجتماعية السامية.

الأسرة كمؤسسة إجتماعية: تعتبر من مؤسسات التنشئة الاجتماعية ومن أهمها، لأنها الوعاء الذي يكون فيه الفرد شخصيته ومن أهم وظائفها أنها تساهم في تكوين أفراد صالحين أسوياء، ذلك من خلال سلوكهم السوي وأدوارهم الإيجابية في الحياة[5].

---

[1] إيناس محمد ناسة. الإعلام المرئي وتنمية ذكاءات الطفل العربي.ط1.دار الفكر .عمان.2009.ص43.

[2] محمد سعيد فرج. الطفولة والثقافة والمجتمع. منشأة المعارف. الاسكندرية 1993.ص25.

[3] محمد معوض. الأب الثالث والأطفال (الاتجاهات الحديثة والتأثيرات التلفزيونية على الطفل). دار الكتاب الحديث. القاهرة .2000. ص20.

[4] إبراهيم إمام. الأعلام الإذاعي والتلفزيوني.ط2.دار الفكر العربي. القاهرة. ص126.

[5] عزي الحسين. الأسرة ودورها في تنمية القيم الاجتماعية لدى الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة. ماجستير تخصص علم النفس الاجتماعي. جامعة الجزائر 1. 2014.ص25.

الأسرة والتنشئة الاجتماعية:

يعني مفهوم التنشئة الاجتماعية سوسيولوجيا، هو عملية إدماج الفرد في المجتمع في مختلف الجماعات الاجتماعية ومشاركته في مختلف فعاليات المجتمع وذلك من خلال استيعابه لعناصر الثقافة والمعايير والقيم الاجتماعية التي تتكون على أساسها سمات الفرد ذات الأهمية الاجتماعية. فشخصية الفرد لا تولد معه بل تتكون وتكتسب وتتطور نتيجة تفاعله مع محيطه الاجتماعي ومن أولى المؤسسات الاجتماعية كالأسرة.[1]

عاشرا: التربية على التعامل مع الصورة:

معناه هو تمكين وتنمية قدرات الطفل على مشاهدة الصور التلفزيونية بطريقة ممنهجة وفعالة لتمكين الطفل من أن يترجم الصور بشكل سليم في ذهنه، ومصطلح التربية على الصورة يتداخل مع التربية الإعلامية[2].

الإعلام التربوي:

للإعلام اختصاصات متنوعة فمنها الإعلام الاقتصادي، الإعلام الديني، الإعلام العسكري والإعلام التربوي الذي يقصد به هو استثمار وسائل الاتصال من أجل تحقيق أهداف التربية في ضوء السياسيتين التعليمية والإعلامية للدولة.[3]

التربية الإعلامية:

ومن التعريفات التي عرفت بها التربية الإعلامية (**media éducation**) التي تطورت وظائفها في مراحل شتى من الحماية **protection** إلى الإعداد **préparation** للمواجهة ودعم المشاركة **participation** ثم التمكن **impowrment** من الأداء والسيطرة على المنتج الإعلامي باكتساب مهارات إنتاجه وبناء المعاني بعد انتشار الوسائل الإعلام الجديدة والإعلام البديل.

وهذا هو الجوهر للتعريف بالتربية الإعلامية وتطور أهدافها ووظائفها وتطوير برامجها المقترحة على المستوى الرسمي وغير الرسمي. في المؤسسات التعليمية أو غير التعليمية، مع الأفراد أو مع المجتمع بعد أن انتشر المفهوم وتطبيقاته في دول عديدة وتبنته المنظمات الدولية وفي مقدمتها منظمة اليونيسكو.[4]

الحادي عشر: مبادئ التربية الإعلامية للأسرة:

من المبادئ التي تبنى عليها التربية الإعلامية، هو السعي لبناء قيمي خاص بالأطفال، فمن الواجب على الأسرة أن تربي الأطفال على نظام قيمي معين وإلا فسيواجه الأطفال في مرحلة المراهقة بمشاكل سيكولوجية.

---

[1] احسان محمد حسن. علم اجتماع العائلة. دار وائل للنشر .الاردن.2005.ص206.

[2] Divina frau meigs.socialisation des ieunes et education au medias.edit érés : France.p14.

[3] محمد أبو سمرة. استراتيجيات الإعلام التربوي. دار أسامة للنشر والتوزيع.الأردن.2015.ص22.

[4] محمد عبد الحميد. التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي. ط1.عالم الكتاب. القاهرة.2012.ص102.

وطبقا لما يذكره براندون سنترورل**berandon center wall (1998)** فإن أي نظام قيمي يجب أن يتسم بما يلي:

- الاتساق: فالنظام القيمي يمكن أن يكون ليبراليا أو متحفظا، ولكن القيم التي يتم الترويج لها يجب أن تكون ثابتة ومتسقة.
- الأمان: فمصدر القيم يجب أن يكون قادرا على حماية الطفل، وإلا فلن يقدر الطفل هذا النظام القيمي.
- التعزيز: فمصدر القيم يجب أن يكون قادرا على تعزيز نظام القيم وإلا فلن يحترم الطفل هذا النظام.
- الاستجابة والحساسية: فمصدر القيم يجب أن يكون متاحا وباستمرار للطفل في جميع حالاته: الفرح والمرض والاحتفال.[1]

أدوار التربية الإعلامية:[2]

- تعليم الأفراد والمواطنين:

- الاقتراب من وسائل الإعلام ذات الأدوار القوية لفهم المجتمع والمشاركة في الحياة الديمقراطية، وتحديد قدرة هذه الوسائل على أن تعكس ثقافتهم وتقاليدهم.
- تطوير مهارات التحليل النقدي للرسائل سواء في الأخبار أو التسلية لدعم أهلية الأفراد المستقلة، والمتلقين النشطين.
- تشجيع الانتاج والإبداع، والتفاعل في المجالات المختلفة للاتصال الإعلامي.
- وبالنسبة للأطفال والشباب تكوين القدرة الإبداعية والنقدية لهم بطريقة منظمة من خلال تحليل وإنتاج الحقائق والفنون الإعلامية. وهذا يعود على المجتمع بتكوين المواطن المبدع، النشط، والناقد لوسائل الإعلام.
- كيفية التعرف على مصادر النصوص الإعلامية، والمقاصد السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية والسياق الذي وردت فيه.
- فهم وتفسير الرسائل والقيم التي تتضمنها والمقدمة من خلال وسائل الإعلام.
- اختيار وسائل الإعلام المناسبة لتوصيل رسائلهم الخاصة والتعبير عنها بما يكفل وصولها إلى جمهور هذه الوسائل.
- إنتاج القصص والأفكار والنصوص الإعلامية المراد توصيلها إلى المتلقين والمستخدمين للوسائل الجديدة ومواقع المشاركة الاجتماعية.

---

[1] عبد الرحمن درويش. مدخل إلى علم الاتصال. مكتبة نانسي.مصر .2006.ص217.

[2]حمد عبد الحميد. التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي. مرجع سبق ذكره.ص125.

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

- إنتاج الوسائل التي تمكنهم من تحقيق الاتصال الهادف مع الآخرين وبصفة خاصة إنتاج المواقع والرسائل في الوسائل الجديدة.
- وبناء على نتائج التحليل النقدي، طرح آرائهم النقدية، وتطوير المعاني في الرسائل الإعلامية، بما يعكس رؤيتهم لوسائل الإعلام وقدراتها، واتجاهاتها وتحيز موضوعاتها ومصداقيتها.

مهام التربية الإعلامية:[1]

- التربية الإعلامية تقوم بهذه المهمتين رئيسيتين والتي ترتبطان بواجبات المؤسسات التربوية والتعليمية.
- **المهمة الأولى:**
- تشكيل المعارف والمهارات الاتصالية وتنميتها التي تجعل النشء والمواطنين على وعي كامل بالعمليات الاتصالية بصفة عامة والعملية الإعلامية وأطرافها وأهدافها وسياساتها ولغاتها وعلاقاتها وانتاجها بصفة خاصة.
- **المهمة الثانية:**
- تنمية التفكير النقدي لدى الصغار والكبار بحيث يتمكن الفرد من امتلاك أدوات الاختيار والتحليل والإدراك والتمييز بين الوسائل ومحتواها وأدواتها في التأثير على المتلقين، وتجنب التأثيرات السلبية أو الضارة والإفادة من التأثيرات الإيجابية.
- من خلال هاته المهمتين الرئيسيتين لا يمكن الفصل في تحديد الوظائف والأدوار بين ما تقوم به التربية الإعلامية من أدوار خاصة بالنسبة للتلاميذ والطلاب، وأخرى بالنسبة للأفراد والمواطنين بصفة عامة، لأنها كلها تتفق في إطار الأهداف الكلية وقد تختلف في التطبيق بتأثير الحالة التعليمية والمرحلة العمرية وبذلك فإنه في إطار المهام الرئيسية المذكورة يمكن لنا أن نحدد الأدوار.

خاتمة:

نتفق جميعا على أن وسائل الإعلام تلعب دورا هاما في مجتمعاتنا، كما أن للأسرة دور كبير قد يزيد وقد ينقص في التأثير على دور هذه الوسائل لذا كان من الواجب تزويد الأسرة الإجراءات والخطوات التي تساعدها في تمكين أطفالها منذ طفولتهم المبكرة كيفية التعامل مع التلفزيون والمضامين التي يبثها إليهم، ومن خلال قيام الأسرة بهذا الدور الحيوي ومسؤولياتها في هذا الزمن الذي وسم بتدفق الهائل والسريع للمعلومات وهذا من أجل المحافظة على المنظومة القيمية لدى الطفل ومنعها من التصدع، عن طريق التربية الإعلامية التي تمكن الطفل من مهارة التعامل مع وسائل الإعلام الجديد والحفاظ على شخصيته وهويته وقيمه.

---

[1] المرجع نفسه.ص124.

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

قائمة المراجع:

1. إبراهيم إمام. الأعلام الإذاعي والتلفزيوني.ط2.دار الفكر العربي. القاهرة.
2. احسان محمد حسن. علم اجتماع العائلة. دار وائل للنشر .الاردن.2005.
3. أسامة ظافر كبارة. البرامج التلفزيونية والتنشئة الاجتماعية.ط1.دار النهضة العربية. بيروت. 2009.
4. آمال علا وشيش. مقال: المرأة والطفل في الإعلام. المجلة دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية. المجلد 32.ع 02. جويلية.2019.
5. إيناس محمد ناسة. الإعلام المرئي وتنمية ذكاءات الطفل العربي.ط1.دار الفكر. عمان. 2009.
6. صالح ذياب هندي. أثر وسائل الإعلام على الطفل.ط3.دار الفكر. بيروت. 1998.
7. عبد الرحمن درويش. مدخل إلى علم الاتصال. مكتبة نانسي.مصر.2006.
8. عبد الرحمن عزي ونصيرة بوعزي. حوارات أكاديمية حول النظرية الحتمية القيمية في الإعلام. دار الوسم للنشر والتوزيع.2011.
9. عبد الرحمن عزي. منهجية الحتمية القيمية في الإعلام. الدار المتوسطية للنشر .تونس.2012.
10. عزي الحسين. الأسرة ودورها في تنمية القيم الاجتماعية لدى الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة. ماجستير تخصص علم النفس الاجتماعي. جامعة الجزائر 1. 2014.
11. فؤاد أحمد الساري. وسائل الإعلام النشأة والتطور.ط1.دار أسامة للنشر والتوزيع.عمان.2011.
12. فؤاد عفاني. مقال بعنوان نظرية التلقي. النشأة وإشكالات المصطلح منشور على الموقع: http://kalema.net
13. محمد أبو سمرة. استراتيجيات الإعلام التربوي. دار أسامة للنشر والتوزيع.الأردن.2015.
14. محمد سعيد فرج. الطفولة والثقافة والمجتمع. منشأة المعارف. الإسكندرية 1993.
15. محمد عبد الحميد. التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي. ط1.عالم الكتاب. القاهرة .2012.
16. محمد معوض. الأب الثالث والأطفال (الاتجاهات الحديثة والتأثيرات التلفزيونية على الطفل). دار الكتاب الحديث. القاهرة .2000.
17. منال المزاهرة. نظريات الاتصال.ط1.دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.عمان.2011.
18. هربرت. أ. شيللر. المتلاعبون بالعقول: ترجمة عبد السلام رضوان. عالم المعرفة.ع243. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.الكويت.1999.
19. Divina frau meigs.socialisation des ieunes et education au medias.edit érés : France

إجراءات مواجهة الجرائم المعلوماتية في الجزائر -دراسة تحليلية-

Measures to confront information crime in Algeria - an analytical study-

أ/ بن خليفة نوفل
(جامعة الجزيرة-السودان)
د/ لعرابة صوراية
جامعة باتنة 1. الجزائر

ملخص:

لقد أدى الاعتماد المتزايد على التكنلوجيا الحديثة الى انتشار العديد من الجرائم الالكترونية أو ما يعرف بالجرائم المعلوماتية وهي التي يستخدم فيها الكمبيوتر لأغراض غير شرعية، مثل سرقة الأموال عن طريق اختراق نظام الكومبيوتر الخاص بمؤسسة أو مصرف أو حتى سرقة المعلومات عن طريق اختراق شبكات المعلومات، ويكون هذا الاختراق لأسباب سياسية أو اقتصادية أو غير ذلك، ولما كانت هذه الجرائم ترتبط بتقدم المجتمعات فكلما ازداد اعتماد المجتمع على الحاسبات كلما كان ذلك إيذانا بزيادة معدل الجرائم المعلوماتية، وهو الأمر الذي يدفع برجال القانون مواكبة هذه التطورات وهو ما سنتطرق له من خلال بحثتنا هذا، اذ تتناول هذه الورقة البحثية الاطار المفاهيمي للجريمة المعلوماتية، ومدى اهتمام المشرع الجزائري بتنظيمها والتصدي لها، من خلال قراءة مختلف القوانين العامة والخاصة في الجزائر، معتمدين في ذلك على المنهج الوصفي، وقد خلصنا الى أن موضوع الجريمة المعلوماتية تكتسي أهمية بالغة كونها تساهم في التعريف بظاهرة إجرامية جديدة بدأت في الظهور والانتشار في معظم المجتمعات، ونظرا لارتباطها بتكنولوجيا متطورة أدى إلى تميزها عن الجرائم التقليدية بدءا بتسميتها وصولا إلى الأفعال التي تدخل ضمن دائرتها.

الكلمات المفتاحية: الجريمة، الجريمة المعلوماتية، القانون الجزائري.

Abstract:

The increased dependence on modern technology has led to the spread of many electronic crimes, or what is known as information crimes, in which the computer is used for unlawful purposes, such as stealing money by penetrating the computer system of an institution or bank, or even stealing information by penetrating information networks. This breakthrough for political, economic or other reasons, and as these crimes are related to the progress of societies, the more society relies on computers, the more it marks the rate of information crime, which is what drives lawmen to keep pace with these developments. Moreover, what we will address through this research, as this research paper deals with the conceptual framework of information crime, and the extent of the interest of the Algerian legislator in organizing and addressing it, through various public and private laws in general.

Keywords: crime, information crime, Algerian law.

1- الإطار المنهجي:

إشكالية البحث:

لقد رافق التطور الكبير الذي شهده العالم منذ منتصف القرن الماضي تطورات في مختلف جوانب الحياة في المجتمع، مما أدى إلى ظهور عدة ظواهر تتعلق أغلبها بتكنلوجيا المعلومات، إن الحديث عن الظواهر التي تتعلق بالتكنلوجيا يجرنا لا محالة الى الحديث عن الجرائم الناتجة عن الاستخدام غير المشروع للوسائل التكنلوجية والانترنت كأداة لارتكاب الأفعال غير المشروعة، والتي ساهمت إلى حد كبير في انتشار الجريمة بمختلف أشكالها، حتى أنه ظهرت جرائم مُستحدثة جراء توظيف الوسائل التكنلوجية في تطبيقها، ومن بين هذه الجرائم ما أطلق عليه بالجريمة المعلوماتية، والتي تتعلق بالتقنية المعتمدة على المعالجة الالكترونية للمعلومات والبيانات.

لقد أصبحت المعلومة قوة لا يستهان بها في يد الفرد أو في يد الدولة بل أصبحت المعلومات سلاحا في يد المجرمين، ومن هنا نشأ ما يسمى بـ "جرائم المعلوماتية" والتي يستخدم فيها الكمبيوتر لأغراض غير شرعية، مثل سرقة الأموال عن طريق اختراق نظام الكمبيوتر الخاص بمؤسسة أو مصرف معين أو سرقة المعلومات عن طريق اختراق شبكة اتصالات معلوماتية أو يكون الاختراق لأهداف سياسية أو عسكرية أو دينية أو غير ذلك. وقد كثرت هذه الجرائم في الآونة الأخيرة بازدياد استخدام الكمبيوتر من قبل عدد كبير من الأفراد في معظم دول العالم، وازداد عدد شبكة الاتصالات المعلوماتية وتوسعها، ويصعب تحديد حجم الخسارة الفعلية التي تنجم عن جرائم الكمبيوتر حيث أن بعض هذه الجرائم لا يتم اكتشافها والبعض الآخر يتم اكتشافها ولكن لا يعلن عنها من قبل الشركات والمؤسسات التي تتعرض لها حتى لا يؤثر ذلك على سمعتها وثقة المتعاملين معها. وغالبا تكون البنوك والمصارف ومراكز المعلومات المهمة هدفا لتلك الجرائم كما أن نسبة كبيرة من مرتكبي تلك الجرائم تكون من موظفي المصارف والمنشآت نفسها حيث يسهل عليهم معرفة الرموز المستخدمة للدخول إلى النظام او المستخدمة في عملية تحويل الأموال وبالتالي استخدامها في ارتكاب الجريمة.

وعلى العموم لقد حاول رجال القانون الحد من هذه الظاهرة وتشخيصها بمعرفة خصائصها وأركانها أو توصيف المُجرم المعلوماتي لإخضاعه للقانون والعقوبات، وهو ما سنحاول الكشف عنه ضمن هذا البحث، اذ أن الجزائر كغيرها من الدول تعرضت وتتعرض مؤسساتها بمختلف أنواعها الى هذا النوع من الجرائم فكان لابد من إيجاد إطار قانون يحوي هذه الجرائم وهو ما سنسعى اليه ضمن هذا البحث، وعليه فإننا سنحاول الإجابة على التساؤلات التالية:

- ماهي الجرائم المعلوماتية؟.
- ما هي أركان الجرائم المعلوماتية؟
- إلى أي مدى وفق المشرع الجزائري في بيان أحكام الجرائم المعلوماتية؟
- ماهي وسائل مواجهة الجرائم المعلوماتية؟.

أهمية البحث:

للبحث أهمية كبيرة تكمن في أهمية الجريمة المعلوماتية في حد ذاتها والتي بدأت في الظهور والانتشار مع ظهور تكنلوجيا الحاسبات الآلية مما أسفر عن تميزها بمجموعة من الخصائص تختلف عن غيرها من الجرائم مما يستتبع ضرورة التعامل معها بما يتلاءم من هذه الخصوصية. ولما كانت هذه الجرائم ترتبط بتقدم المجتمعات فكلما ازداد اعتماد المجتمع على الحاسبات الآلية كلما كان ذلك إيذانا بزيادة معدل جرائم المعلوماتية.

وكان لزاما أن يواكب هذا التقدم فهما كاملا للجريمة المعلوماتية وكيفية مواجهتها سواء من الناحية التقنية وهو عمل المتخصصين في مجال تكنولوجيا المعلومات أو من الناحية القانونية وهي مهمة المشتغلين بالقانون. ومما زاد من أهمية البحث صعوبة تطبيق النصوص التقليدية على هذه الجرائم وهو ما دفع العديد من الدول إلى التدخل التشريعي لمواجهة الجريمة المعلوماتية لذا فإن إدراك ماهية هذه الجريمة واستظهار خصائصها وسمات ومكوناتها وخصائص مرتكبيها ودوافعهم يتخذ أهمية لا غنى عنها في التشريع، ومنه البحث عن حلول لمواجهة ومكافحة هذه الظاهرة المُستحدثة.

منهج البحث:

ان طبيعة موضوع الدراسة يفرض علينا اختيار المنهج المناسب، لذلك تختلف المناهج باختلاف المواضيع المدروسة، باعتبار المنهج" الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لكشف الحقيقة والاجابة عن الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها حول موضوع البحث، وهو البرنامج الذي يحدد لنا السبيل المؤدي لتلك الحقائق وكيفية اكتشافها"[1]

وتشير كلمة منهج **method** الى الخطوات الفكرية المنظمة والعقلانية الهادفة الى بلوغ نتيجة ما، كما عرفه محمد زيان على أنه " فن التنظيم الصحيح لسلسلة أفكار، اما من أجل كشف حقيقة مجهولة، أو البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون"[2]، وانطلاقا من طبيعة اهداف الدراسة التي نسعى الى تحقيقها وهي التعرف على صورة لمنتوج المحلي لدى المستهلك الجزائري، فقد اعتمدنا المنهج الوصفي الذي يعرف بأنه "مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتباينة من أجل الوصول إلى نتيجة، وهو إخضاع الباحث لنشاطه البحثي من أجل تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة يحدد فيها مساره، من حيث نقطة الانطلاق وخط السير وَ نقطة الوصول"[3].

[1] محمد شفيق: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1998، ص50

[2] أحمد بن مرسلي: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص282.

[3] أحمد بن مرسلي: مرجع سبق ذكره، ص283.

2- الإطار النظري:

أولا: ماهية الجريمة المعلوماتية:

1- تعريف الجريمة المعلوماتية:

أ- الجريمة الالكترونية وفق الاتفاقيات الدولية:

يعرف خبراء منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية جريمة الكمبيوتر بأنها":كل سلوك غير مشروع أو غير أخلاقي أو غير مصرح به يتعلق بالمعالجة الآلية للبيانات و/أو نقلها".[1] ويتبنى هذا التعريف الفقيه الألماني **(Ulrich Siehr)** يعتمد هذا التعريف على معيارين هما: وصف السلوك، واتصال السلوك بالمعالجة الآلية للبيانات أو نقلها.

عرف جريمة الكمبيوتر خبراء متخصصون من بلجيكا في معرض ردهم على استبيان منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بأنها[2]" :كل فعل أو امتناع من شأنه الاعتداء على الأموال المادية أو المعنوية يكون ناتجا بطريقة مباشرة أو غير مباشرة عن تدخل التقنية المعلوماتية [3]

"قدمت المادة الأولى من الاتفاقية الدولية للإجرام المعلوماتي تعريف للنظام المعلوماتي على النحو التالي :"يقصد بمنظومة الكمبيوتر أي جهاز أو مجموعة من الأجهزة المتصلة ببعضها البعض أو ذات صلة بذلك ويقوم إحداهما أو أكثر من واحد منها تبعا للبرنامج بعمل معالجة آلية للبيانات ويقصد ببيانات الكمبيوتر أية عملية عرض للوقائع أو المعلومات أو المفاهيم في شكل مناسب لعملية المعالجة داخل منظومة الكمبيوتر بما في ذلك البرنامج المناسب لجعل منظومة الكمبيوتر تؤدي وظائفها". عرف المؤتمر العاشر للأمم المتحدة لمنع الجريمة ومعاقبة المجرمين الجريمة المعلوماتية بأنها":أية جريمة يمكن ارتكابها بواسطة نظام حاسوبي أو شبكة حاسوبية أو داخل نظام حاسوب وتشمل تلك الجريمة من الناحية المبدئية جميع الجرائم التي يمكن ارتكابها في بيئة الكترونية" [4]

عرفت اتفاقية بودابست في المادة الأولى منها بعنوان تعريف خاص بأغراض هذه الاتفاقية منظومة معلوماتية ومعطيات معلوماتية:

- منظومة معلوماتية :" أي جهاز أو مجموعة من الأجهزة المتصلة يبعضها أو ذات صلة بذلك ويقوم أحدها أو أكثر من واحد منها تتبعا للبرنامج بعمل معالج آلية للمعطيات "

---

[1] موقع منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، www.oecd.org ، تم الاطلاع يوم 03-27-2020، على الساعة 1:10 pm

[2] موقع منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، تم الاطلاع يوم 03-27-2020، على الساعة 1:10 pm

[3] موقع منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، تم الاطلاع يوم 03-27-2020، على الساعة 1:10 pm

[4] عقد هذا المؤتمر في فيينا في الفترة ما بين 17-10 أفريل2000

- معطيات معلوماتية":أية عملية عرض للوقائع أو المعلومات أو المفاهيم في شكل معين جاهز لعملية المعالجة داخل منظومة معلوماتية بما في ذلك البرامج الماسة لجعل منظومة معلوماتية تطبق وظيفة". [1]

يذهب البعض إلى أنه عند وضع تعريف محدد للجريمة المعلوماتية يجب مراعاة عدة اعتبارات مهمة منها:

- أن يكون هذا التعريف مقبول ومفهوم على المستوى العالمي.
- أن يراعى هذا التعريف التطور السريع والمتلاحق في تكنولوجيا المعلومات.
- أن يحدد التعريف الدور الذي يقوم به جهاز الكمبيوتر في إتمام النشاط الإجرامي.
- أن يفرق هذا التعريف بين الجريمة العادية والجريمة المعلوماتية وذلك عن طريق إيضاح الخصائص المميزة للجريمة المعلوماتية[2].

ب–المفهوم الفقهي للجريمة الالكترونية:

لم يجمع الفقه على وضع تعريف جامع مانع للجريمة الالكترونية، بل اختلف الفقه في تعريف هذا النوع من الجرائم، وبتحليل مصطلح معلوماتية يتضح أنه عبارة عن موضوع ومجموعة من العمليات الآلية التي يخضع لها هذا الموضوع، فموضوع المعلوماتية يتمثل في البيانات والمعلومات، أما مجموعة العمليات الآلية التي يخضع لها هذا الموضوع فتتمثل في عمليات الجمع والتحليل والمعالجة والصياغة والنقل والتداول وغيرها، والتي تتم من خلال الحاسبات أو ما يقوم مقامها من النظم المطوّرة[3]، وقد عرّف جانب من الفقه الجريمة المعلوماتية بأنها كل فعل غير مشروع يؤدي فيه جهاز الحاسوب دورا مهما لإتمام السلوك غير المشروع على أن يكون هذا الأداء أو الدور مؤثر ومؤدي إلى ارتكاب الجريمة[4]. وقام اتجاه ثاني بتعريف الجريمة المعلوماتية بأنها: "كل أشكال السلوك أو الفعل غير المشروع والذي يرتكب بواسطة جهاز الحاسوب"[5]

كما عرفها اتجاه ثالث من الفقه أيضا بأنها الاعتداء الواقع على البيانات أو المعلومات أو المعالجة الآلية للبيانات في جهاز الحاسوب بطريقة غير شرعية، فالجريمة المعلوماتية فيها جميع أوجه الاعتداء الالكترونية الموجهة للمعلوماتية مثل: سرقة المعلومات الالكترونية، وجرائم الملكية الفكرية،... وغيرها من الأساليب غير المشروعة الالكترونية الموجهة لقواعد البيانات والمعلومات[6]

---

[1] الاتفاقية الدولية حول الإجرام السيبيري التي أبرمت بتاريخ 08/11/2001من طرف المجلس الأوروبي وتم وضعها للتوقيع منذ تاريخ 23/11/2001

[2] أمير فرج يوسف، الجرائم المعلوماتية، ط1، دار المطبوعات الجامعية، 2012.، ص58.

[3] جميل عبد الباقي الصغير، الجوانب الاجرائية للجرائم المتعلقة بالإنترنيت، دط، القاهرة، دار النهضة العربية، 1998، ص52.

[4] حسين سعيد الغافري، السياسة الجنائية في مواجهة جرائم الانترنيت، دراسة مقارنة، دط، القاهرة، دار النهضة العربية، 2009، ص32.

[5] خالد ممدوح ابراهيم، الجرائم المعلوماتية، ط1، الاسكندري، دار الفكر العربي، 2009، ص55.

[6] سامي علي حامد عياد، الجرائم المعلوماتية واجرام الانترنيت، دط، مصر، دار الفكر العربي، 2007، ص72.

ت–المفهوم القانوني للجريمة المعلوماتية:

يعرف كل من **Michel**و**Credo** أن جريمة الحاسب تشمل استخدام الحاسب كأداة لارتكاب الجريمة هذا بالإضافة إلى الحالات المتعلقة بالولوج غير المصرح به لحاسب المجني عليه أو بياناته، كما تمتد جريمة الحاسب لتشمل الاعتداءات المادية سواء على بطاقات الائتمان، وانتهاك ماكينات الحساب الآلي بما تتضمنه من شيكات تحويل الحسابات المالية بطرق إلكترونية وتزييف المكونات المادية والمعنوية للحاسب، بل وسرقة الحاسب في حد ذاته وأي من مكوناته[1]

وتعد الجريمة المعلوماتية من الجرائم المستحدثة في العصر الحالي، ولأهمية هذا النوع من الجرائم سارعت الدول إلى إعداد قانون خاص يعالج المشاكل الناتجة عن الأفعال غير المشروعة، عبر استخدام أجهزة الحاسب أو أي وسيلة من وسائل تقنية المعلومات، لذلك نجد أن بعض التشريعات اهتمت بتعريف الجريمة المعلوماتية في المواد الأولى من القانون الذي يعالج هذا النوع من الجرائم. ففي الكويت عرف المشرّع الكويتي الجريمة المعلوماتية في المادة (1) من قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات رقم (63) لسنة 2015، حيث نصت المادة "في تطبيق أحكام هذا القانون يقصد بالمصطلحات التالية المعنى الموضّح قرين لكل منها:

–الجريمة المعلوماتية: كل فعل يرتكب من خلال استخدام الحاسب الآلي أو الشبكة المعلوماتية أو غير ذلك من وسائل تقنية المعلومات بالمخالفة لأحكام هذا القانون". أما نظام مكافحة الجريمة المعلوماتية السعودي فقد عرّف الجريمة المعلوماتية بأنها: "أي فعل يرتكب متضمّنا استخدام الحاسب الآلي أو الشبكة المعلوماتية بالمخالفة لأحكام هذا النظام"[2]

2– خصائص الجريمة المعلوماتية:

تتميز الجرائم المعلوماتية بعدة خصائص تميزها عن غيرها من الجرائم غير المستحدثة التقليدية نظرا لحداثة هذه الجريمة في العصر الحالي، وللوسائل المستخدمة في ارتكابها وطريقة ارتكابها، ومن هذه الخصائص التي تتميز بها الجريمة المعلوماتية الآتي:

- الجرائم المعلوماتية جريمة عابرة للحدود: تعد الجرائم المعلوماتية من الجرائم غير المقيدة والمرتبطة بحدود جغرافية معينة، فمن المتصور أن ترتكب الجريمة في أي وقت دون الالتزام بحدود دولة ما أو منطقة ما أو بقرب المسافات أو تباعدها، ويتم ارتكاب الجرائم المعلوماتية بواسطة الحواسيب وعن طريق شبكة المعلوماتية.[3]

---

[1] طرشي نورة، مكافحة الجريمة المعلوماتية، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير، في القانون الجنائي، جامعة الجزائر 1، كلية الحقوق، 2011،2012، ص6.

[2] كامل السعيد، شرح الأحكام العامة في قانون العقوبات، ط3، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2012، ص15

[3] محمد أمين الشوابكة، جرائم الحاسوب والانترنيت، ط1، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2004، ص22

يرى اتجاه من الفقه صعوبة اكتشاف الجريمة المعلوماتية من حيث عدم وجود الفاعل، أي: المجرم المعلوماتي، نظرا لارتكاب جريمته عن بعد، ومن ثم تباعد المسافات بين الفعل الذي يرتكب من خلال جهاز الحاسوب وبين النتيجة الجرمية، وبالتالي فإن الجريمة المعلوماتية لا تقف عند حدود دولة معينة، بل تمتد إلى حدود الدول الأخرى، مما يصعب بالنتيجة اكتشافها والوصول إلى الحقيقة.[1]

- صعوبة اثبات الجرائم المعلوماتية: تمتاز الجرائم المعلوماتية بصعوبة اثباتها من حيث عدم وجود دليل يدين مرتكب الجريمة بطريقة ميسرة ومنهجية، ويرى اتجاه من الفقه أن الجريمة المعلوماتية يسهل فيها محو الدليل والتلاعب فيه، خصوصا مع عدم وجود الدليل المادي للجرائم المعلوماتية (كالدم، الشعر، البصمة، الخ)، ويرافق ذلك عدم توفر الخبرة الكافية لدى رجال الشرطة في الأمور الفنية والتفصيلية في الجرائم المعلوماتية.[2]

ويؤكد اتجاه ثاني من الفقه على صعوبة اكتشاف الجرائم المعلوماتية، وإقامة الدليل على مرتكبيها، ويعود ذلك لعلاقة هذا النوع من الجرائم بالطابع التقني، والذي يعطي هذه الجرائم ويضفي عليها الكثير من الصعوبة في الاثبات، وإقامة الدليل على من يرتكب هذه الجرائم، كما أن سهولة تدمير المعلومات والتخلص منها سمة من سمات هذه الجريمة التي يصعب اكتشافها للأسباب الوارد ذكرها[3]

- قلة الإبلاغ عن الجريمة المعلوماتية: نظرا لحساسية هذا النوع من الجرائم وما يتعرض له المجني عليه كطرف في الجريمة من تشهير فيما لو أبلغ عن الجريمة، فإن الإبلاغ عن هذا النوع من الجريمة قليل مقارنة مع غيرها من الجرائم، حيث أن معظم جرائم الانترنيت والجرائم المعلوماتية يتم اكتشافها مصادفة، وقد يكون هذا الاكتشاف بعد مدة طويلة من الجريمة، وهذا يدل على أن الجرائم التي لم تكتشف أكثر بكثير من الجرائم التي تم اكتشافها، وبعبارة أخرى فإن الفجوة بين عدد هذه الجرائم وبين ما تم اكتشافه هي فجوة كبيرة[4]، فنقص الخبرة لدى الجهات المختصة أدى إلى ازدياد عدد الجرائم المعلوماتية بشكل ملحوظ، وذلك بسبب عدم قدرة هذه الجهات على التعامل مع هذا النوع من الجرائم المستحدثة بالوسائل الاستدلالية والاجراءات الجنائية التقليدية، وهذا أدى إلى عدم بذل الجهود الكافية من قبل رجال الشرطة للكشف عن هذه الجرائم لعدم الخبرة والمعرفة الفنية بطبيعتها وأهميتها[5]

---

[1] محمد حماد مرهج الهيتي، التكنولوجيا الحديثة والقانون الجنائي، ط1، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2004، ص166

[2] محمد محمود مكاوي، الجوانب الأخلاقية والاجتماعية للجرائم المعلوماتية، ط1، مصر، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2010، ص32.

[3] محمد عبيد الكعبي، الجرائم الناشئة عن الاستخدام غير المشروع لشبكة الانترنيت–دراسة مقارنة، ط2، القاهرة، دار النهضة العربية، 2009، ص16

[4] محمد السيد عرفة، تدريب رجال العدالة وأثره في تحقيق العدالة، دط، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2005، ص10

[5] محمود نجيب حسني، النظرية العامة للقصد الجنائي، ط4، القاهرة، دار النهضة العربية، 2004، ص12

- تمتاز الجرائم المعلوماتية بأنها جرائم ناعمة: حيث يتميز هذا النوع من الجرائم بعدم بذل أي مجهود عضلي أو جسدي من الجاني بعكس الكثير من الجرائم الأخرى (كجرائم القتل، الخطف الجنائي، الزنا، الاغتصاب، ...الخ) التي تحتاج إلى مزيد من الجهد العضلي والجسدي لإتمام الجريمة، أما الجرائم المعلوماتية فباعتبارها جرائم مستحدثة، فإنها لا تحتاج إلا إلى القدرة الذهنية والعضلية للجاني مع إلمامه بتقنيات الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات، بحيث يمكنه ذلك من ارتكاب الجريمة بشكل سريع دون ترك أي أثر [1]

وبالنتيجة فإن المجرم المعلوماتي يتميز بصفات وخصائص تميزه عن مرتكب الجرائم التقليدية، وهذا مرجعه إلى تميز شخصيات مرتكبي الجرائم المعلوماتية بالتقدم في مجال استخدام الحاسب الآلي، بعكس المجرم العادي في الجرائم التقليدية، والذي غالبا ما يتميز بالقوة العضلية وناذرا ما يتميز بعضهم بعنصر الذكاء.[2]

3– السمات الخاصة بالمُجرم المعلوماتي:

لم يكن لارتباط الجريمة المعلوماتية بالحاسب الآلي أثره على تمييز الجريمة المعلوماتية عن غيرها من الجرائم التقليدية فحسب، وإنما كان له أثره أيضا على تمييز المُجرم المعلوماتي عن غيره من المُجرمين.

ولقد اختلف الباحثون في تحديد هذه السمات، ويُعد الباحث **Parker** واحدا من أهم الباحثين الذين عنوا الجريمة المعلوماتية بالدراسة بصفة عامة وبالمجرم المعلوماتي بصفة خاص، ومع ذلك يعد المجرم المعلوماتي مجرما لارتكابه فعل إجرامي يتطلب توقيع العقاب عليه، وكل ما في الأمر أنه ينتمي إلى طائفة خاصة من المجرمين تقترب في سماتهم من جرائم ذوي الياقات البيضاء، وإن كانت في رأيه لا تتطابق معها. [3]

فالمُجرم المعلوماتي من ناحية ينتمي في أكثر الحالات إلى وسط اجتماعي متميز كما أنه يكون على درجة من العلم والمعرفة، ويتفق مجرمو المعلوماتية مع ذوي الياقات البيضاء في كون أن الفاعل في الحالتين يبرر جريمته كونه لا ينظر إلى سلوكه باعتباره جريمة أو فعل يتنافى مع الأخلاق، ويتميز المُجرم المعلوماتي بالإضافة إلى ذلك بمجموعة من الخصائص التي تميزه بصفة عامة عن غيره، ويرمز اليها الباحث **parker** بكلمة **S.K.R.A.M** وهي تعني المهارة، المعرفة، الوسيلة، السلة، وأخيرا الباعث.[4]

أ. **المهارة skills:** تعد المهارة المتطلبة لتنفيذ النشاط الإجرامي وهي من أبرز خصائص المجرم المعلوماتي، والتي قد يكتسبها عن طريق الدراسة المتخصصة في هذا المجال، أو عن طريق الخبرة المكتسبة في مجال تكنولوجيا المعلومات، أو بمجرد التفاعل الاجتماعي مع الآخرين.

---

[1] نائلة عادل محمد فريد، جرائم الحاسب الآلي الاقتصادية، دط، لبنان، منشورات الحلبي الحقوقية، 2005، ص22.

[2] هلالي عبد الله أحمد، الجوانب الموضوعية والاجرائية لجرائم المعلومات على ضوء اتفاقية بودابست، دط، القاهرة، دار النهضة العربية، 2006، ص14.

[3] نائلة عادل فريد قورة: مرجع سبق ذكره، ص54

[4] Parker (Donn B) Figding computer crime A new Framework for protecting information, 1998, P 114

إلا أن ذلك لا يعني ضرورة أن يكون المُجرم المعلوماتي على قدر كبير من العلم في هذا المجال بل إن الواقع العملي قد أثبت أن بعض أنجح مجرمي المعلوماتية لم يتلقوا المهارة اللازمة لارتكاب الجريمة عن طريق التعليم أو الخبرة المكتسبة من العمل في هذا المجال.

ب. **المعرفة knowledge:** تتلخص المعرفة في التعرف على كافة الظروف التي تحيط بالجريمة المراد تنفيذها بكامل ملابساتها ومدى إمكانية نجاحها أو فشلها، إذ أن المجرم المعلوماتي باستطاعته أن يكون تصورا كاملا لجريمته كون مسرح الجريمة المعلوماتية هو النظام المعلوماتي،[1] فالفاعل يستطيع أن يطبق جريمته على أنظمة مماثلة لتلك التي يستهدفها وذلك قبل تنفيذ جريمته.

ت. **الوسيلة ressources:** يراد بها الإمكانيات التي يتزود بها الفاعل لارتكاب جريمته ففيما يتعلق بالمجرم المعلوماتي فإن الوسائل المتطلبة للتلاعب بأنظمة الحاسبات الآلية في أغلب الحالات تتميز نسبيا بالبساطة وبسهولة الحصول عليها، كما أنه نظرا لمهارته وقدرته يستطيع حتى ابتكارها، إذ أن الواقع أثبت أنه كلما كان النظام المعلوماتي غير مألوف ويتميز بالخصوصية كانت الوسائل المتطلبة لارتكاب الجريمة أكثر صعوبة.

ث. **السلطة anthority:** يقصد بها الحقوق أو المزايا التي يتمتع بها المعلوماتي والتي تمكنه من ارتكاب جريمته، وهذه السلطة إما تكون مباشرة كالشفرة الخاصة بالدخول إلى النظام المعلوماتي التي تعطي للفاعل مزايا متعددة مثل فتح الملفات ومحو أو تعديل محتويات أو مجرد قراءتها أو كتابتها. وقد تتمثل هذه السلطة في حق استعمال الحاسب الآلي نفسه أو الدخول إلى مكان تواجده كما هو الحال في الشبكات الداخلية لبعض الإدارات مثلا، وقد تكون هذه السلطة غير مباشرة كما في حالة استخدام شفرة الدخول الخاصة بشخص آخر.

ج. **الباعث Motives:** يأتي الباعث لارتكاب الجريمة، الذي قد لا تختلف في كثير من الأحيان عن الباعث لارتكاب غيرها من الجرائم الأخرى، فالرغبة في تحقيق الربح المادي بطريق غير مشروع يظل الهدف الأول وراء ارتكاب الجريمة المعلوماتية، ثم يأتي بعد ذلك مجرد الرغبة في قهر نظام الحاسب وتخطي حواجز الحماية المضروبة حوله، وأخيرا الانتقام من رب العمل أو أحد الزملاء.[2]

4- موقف التشريع الجزائري من الجرائم المعلوماتية:

تدارك المشرع الجزائري مؤخرا ولو نسبيا الفراغ القانوني في مجال الجرائم المعلوماتية وذلك باستحداث نصوص تجريمية لقمع الاعتداءات الواردة على المعلوماتية بموجب 15 المؤرخ في 2004-11-10

---

[1] نائلة عادل محمد فريد قورة: مرجع سبق ذكره، ص57

[2] هشام محمد فريد رستم: الجرائم المعلوماتية–أصول التحقيق الجنائي الفني–، بحث في مؤتمر القانون والكمبيوتر والانترنيت، كلية الشريعة والقانون جامعة الامارات، 1-3/5/2000، مجلد2، ط3، ص38

المتضمن تعديل قانون العقوبات[1]، ولكن المشرع تناول في النصوص المستحدثة الاعتداءات الماسة بالأنظمة المعلوماتية وأغفل الاعتداءات الماسة بمنتجات الإعلام الآلي وسنبين بصفة موجزة الأفعال التي جرمها المشرع الجزائري بموجب القانون السالف الذكر:

1. **جريمة التوصل أو الدخول غير المصرح به:**

نصت عليه المادة 394 مكرر من قانون العقوبات بقولها " يعاقب بالحبس والغرامة كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك .وتضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة أو ترتب عن الأفعال المذكورة تخريب نظام اشتغال المنظومة" فقد أورد المشرع ظرفي تشديد لعقوبة الدخول غير المشروع وهما :في حالة ما إذا ترتب عن الدخول غير المشروع حذف أو تغيير المعطيات، أو تخريب نظام اشتغال المنظومة .وقد نص المشرع في المادة المذكورة على تجريم فعل الشروع في جريمة الدخول غير المصرح به وذلك بقوله "أو يحاول ذلك.[2]

2. **جريمة التزوير المعلوماتي:**

نص عليها المشرع في نص المادة 394 مكرر 1 بقوله "يعاقب بالحبس وبالغرامة كل من أدخل بطريق الغش معطيات في نظام المعالجة الآلية أو أزال أو عدل بطريق الغش المعطيات التي يتضمنها"[3]

3. **جريمة الاستيلاء على المعطيات :**

نصت عليها المادة 394 مكرر 2 بقولها "كل من يقوم عمدا وبطريق الغش تصميم أو بحث أو تجميع أو توفير أو نشر أو الاتجار في معطيات مخزنة أو معالجة أو مرسلة عن طريق منظومة معلوماتية، حيازة أو إفشاء أو نشر أو استعمال لأي غرض كان المعطيات المتحصل عليها من إحدى الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم".

4. **جريمة إتلاف وتدمير المعطيات :**

نص عليها المشرع الجزائري بالمادة 394 مكرر 1 من قانون العقوبات "يعاقب بالحبس والغرامة كل من أدخل بطريق الغش معطيات في نظام المعالجة الآلية أو أزال أو عدل بطريق الغش المعطيات التي تتضمنها".وجريمة الإتلاف حسب نص المادة المذكورة تتمثل في إزالة معطيات نظام المعالجة الآلية عن طريق الفيروسات.

---

[1] القانون 15-04 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المعدل والمتمم للأمر 156-66 المؤرخ في 8 جوان 1966 المتضمن قانون العقوبات (ج ر 71 المؤرخ 2004-11-10).

[2] أمال قارة: الحماية الجزائية للمعلوماتية في التشريع الجزائري، ط1، دارة هومة لنشر والتوزيع، ص99.

[3] تنص المادة 394 مكرر 2 من قانون العقوبات":يعاقب بالحبس والغرامة كل من يقوم عمدا وعن طريق الغش بما يأتي:

-تصميم أو بحث أو تجميع أو توفير أو نشر أو الاتجار في معطيات مخزنة أو معالجة مراسلة عن طريق منظومة معلوماتية يمكن أن ترتكب بها الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم.

– حيازة أو إفشاء أو نشر أو استعمال لأي غرض كان المعطيات المتحصل عليها من احدى الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم".

5. جريمة الاحتيال المعلوماتي:

وهو ما نصت عليه المادة 394 مكرر2 بقولها: "يعاقب بالحبس وبالغرامة كل من قام بطريق الغش بتصميم أو بحث أو تجميع أو توفير أو نشر أو الاتجار في معطيات مخزنة أو معالجة أو مرسلة عن طريق منظومة معلوماتية..." أي أن يهدف مرتكبها إلى جني فوائد مالية من جراء ذلك.

6. أنشطة الانترنت المجسدة لجرائم المحتوى الضار والتصرف غير القانوني:

نصت مواد القسم السابع مكرر من قانون العقوبات وخاصة المادة 394 مكرر2-2 على تجريم أفعال الحيازة، الإفشاء، النشر، الاستعمال أيا كان الغرض من هذه الأفعال التي ترد على المعطيات المتحصل عليها من إحدى الجرائم الواردة في القسم السابع مكرر من قانون العقوبات بأهداف المنافسة غير المشروعة، الجوسسة، الإرهاب، التحريض على الفسق، وجميع الأفعال غير المشروعة، وقد نصت المواد على توقيع عقوبتي الحبس والغرامة إضافة إلى ما نصت عليه المادة 394 مكرر6.[1] بتوقيع عقوبة تكميلية تتمثل في غلق التي تكون محلا لجريمة من الجرائم المنصوص عليها في القسم (sites les) المواقع .السابع مكرر من قانون العقوبات[2].

أما الجزاءات المقررة بموجب الفصل السابع مكرر فتتمثل في العقوبات الأصلية وهي عقوبة الحبس والغرامة .وعقوبات تكميلية بموجب نص المادة 394 مكرر 6 والمتمثلة في: مصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة وإغلاق المواقع والمحل أو أماكن الاستغلال إذا كانت الجريمة قد ارتكبت بعلم مالكها، ومثال ذلك إغلاق مقهى الانترنت الذي ترتكب فيه هذه الجرائم بشرط علم مالكه .وقد أورد المشرع ظروفا تشدد بها عقوبة الجريمة وهي :في حالة الدخول والبقاء غير المشروع إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة أو تخريب للنظام، إذا استهدفت الجريمة الدفاع الوطني أو الهيئات والمؤسسات الخاضعة للقانون العام . ونص أيضا بموجب المادة 394 مكرر 5 على تجريم الاشتراك سواء شخص طبيعي أو معنوي في مجموعة أو اتفاق بغرض الإعداد لجريمة من الجرائم الماسة بالأنظمة المعلوماتية -بعقوبة الجريمة- وكان التحضير لهذه الجرائم مجسدا بفعل أو بعدة أفعال مادية أي بمعنى آخر فإن المشرع استثنى من العقاب الأعمال التحضيرية للجرائم المعلوماتية المرتكبة من طرف شخص منفرد[3]

نصت المادة 394 مكرر4 على توقيع العقوبة على الشخص المعنوي الذي يرتكب إحدى الجرائم الواردة في الفصل السابع مكرر بغرامة تعادل 05 مرات الحد الأقصى للغرامة المحددة للشخص الطبيعي. غير

---

1 تنص المادة 394 من قانون العقوبات":مع الاحتفاظ بحقوق الغير حسن النية يحكم بمصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة مع إغلاق المواقع التي تكون محلا لجريمة من الجرائم المعاقب عليها وفقا لهذا القسم علاوة على إغلاق المحل أو مكان الاستغلال إذا كانت الجريمة قد ارتكبت بعلم مالكها"

2 أمال قارة: مرجع سبق ذكره، ص20.

3 تنص المادة 394 مكرر5 من قانون العقوبات":كل من شارك في مجموعة أو في اتفاق تألف بغرض الإعداد لجريمة أو أكثر من الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم وكان هذا التحضير مجسدا بفعل أو بعدة أفعال مادية يعاقب بالعقوبة المقررة للجريمة ذاتها".

أن المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي لا تستبعد المسؤولية الجزائية للأشخاص الطبيعيين بصفتهم فاعلين أو شركاء أو متدخلين في نفس الجريمة . والشروع في الجريمة المعلوماتية يعاقب عليه بالعقوبة المقررة للجريمة ذاتها وهو ما نصت عليه المادة 394 مكرر 7 من قانون العقوبات.[1]

إلى جانب قانون العقوبات التي جاءت نصوصه المستحدثة مجرمة لبعض الاعتداءات على المعلوماتية فإن المشرع الجزائري وبموجب الأمر03 -05 المؤرخ في 2003-07-19 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة قد عمد إلى توفير الحماية لبرامج الحاسب الآلي وإخضاعها لقوانين الملكية الفكرية وأقر عقوبة الحبس والغرامة على كل من يعتدي على هذه المصنفات.[2]

7. آليات مكافحة الجرائم المعلوماتية:

تعد الجرائم المعلوماتية من الجرائم المستحدثة في العصر الحالي، والتي تحتاج إلى تضافر جهود الدول سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي، من أجل وضع الحلول لمعالجة هذا النوع من الجرائم. والتي تمتاز بأنها جرائم عابرة للحدود، لذا يقتضي ذلك من الدول التعاون على المستوى الاجرائي الجنائي من حيث السماح بالاتصال المباشر بين أجهزة الشرطة بين الدول المختلفة، وذلك بإنشاء مكاتب متخصصة لجمع المعلومات عن مرتكبي الجرائم المتعلقة بالأنترنيت وتعميمها.[3]

لذلك سنتناول محورين في آليات مكافحة الجريمة المعلوماتية وهما:

أولا: آلية مكافحة الجريمة المعلوماتية على المستوى الوطني

ثانيا: آلية مكافحة الجريمة المعلوماتية على المستوى الدولي

1– آلية مكافحة الجريمة المعلوماتية على المستوى الوطني:

تؤثر الجرائم المعلوماتية على الدول اذا ما تم مكافحتها، لذلك فإن استفحال مثل هذا النوع من الجرائم دون ضوابط تحد من انتشارها سيؤثر على الدول في ظل انتشار استعمال شبكة الانترنيت وأجهزة الحاسوب والوسائل التكنولوجية، كما يعد الاهتمام بعنصر التدريب للأجهزة الأمنية التي تضبط وتلاحق هذا النوع من الجرائم من المرتكزات الأساسية، والمقصود بالتدريب في هذه النقطة ليس التدريب التقليدي بل التدريب الذي يرتكز على اكساب المشاركين خبرة فنية في مجال الجريمة المعلوماتية، وهذه الخبرة لا تأتي دون تدريب تخصصي تراعى فيه العناصر الشخصية للمتدرب من حيث توافر الصلاحية العلمية والقدرات الذهنية والنفسية لتلقي التدريب، ويذهب بعض الباحثين إلى ضرورة أن يكون لدى المتدرب خبرة لا تقل عن خمس سنوات في المجالات ذات العلاقة بتكنولوجيا المعلومات كإدارة الشبكات والبرمجة

---

[1] تنص المادة 394 مكرر4 من قانون العقوبات":يعاقب الشخص المعنوي الذي يرتكب إحدى الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم بغرامة تعادل5 مرات الحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص الطبيعي."

[2] أمال قارة: مرجع سبق ذكره، ص20.

[3] جميل عبد الباقي الصغير، الجوانب الاجرائية للجوانب المتعلقة بالأنترنيت، دط، القاهرة، دار النهضة العربية، 1998، ص75.

والتصميم للنظم،...الخ[1]، وفي مجال التوعية الاجتماعية من مخاطر الجريمة المعلوماتية، فانه يقع على عاتق الدول بذل الكثير من الجهود من أجل تثقيف المواطنين من خطورة هذه الجرائم خصوصا فئة الشباب وصغار السن فهم من الفئات الأكثر ارتكابا لهذه الجرائم في المجتمع، والسبب في ذلك راجع لمشكلتي الفقر والبطالة، كما توفر هذه الجرائم للشباب الظهور الإعلامي مما يدفعهم كحافز لارتكابها.[2]

2- آلية مكافحة الجريمة المعلوماتية على المستوى الدولي:

أما عن الجهود الدولية في مكافحة هذه الجرائم فإنها مازالت دون المستوى المطلوب رغم بعض الجهود التي لا ترقى إلى مستوى التعاون المطلوب، فعلى صعيد التعاون الدولي في جرائم المعلوماتية نجد دور الشرطة الدولية (الانتربول) في الجرائم المتعلقة بالأنترنيت، فعندما تم توقيف أحد الطلبة في الجمهورية اللبنانية من قبل القضاء اللبناني بتهمة ارسال صورة اباحية لقاصرة دون العشرة أعوام من موقعه على الانترنيت، كان هذا بفضل تلقي النيابة العامة اللبنانية بلاغا أو برقية من الانتربول من ألمانيا حول الواقعة أو القضية التي يحقق فيها القضاء اللبناني، وبالنتيجة فإن هذه المنظمة تهدف إلى تأكيد التعاون بين الدول الأطراف في المنظمة وعلى نحو فعال في مكافحة جرائم المعلوماتية، من حيث تجميع المعلومات والبيانات حول المجرم والجريمة، وذلك عن طريق المكاتب المركزية الموجودة في الدول الأطراف في هذه المنظمة.[3]

وفي مجال التعاون الدولي من الناحية القضائية في الجرائم المعلوماتية ومكافحتها، نجد بأنه لا يرقى أيضا إلى المستوى المطلوب والسبب في ذلك يعود إلى غياب الاتفاقيات الدولية المنظمة لهذا النوع من الجرائم رغم وجود بعض الاتفاقيات الدولية في المجال القضائي والتي تساعد في بعض الأحيان في مكافحة الجرائم المعلوماتية. أما في الإطار العربي هناك اتفاقية الرياض للتعاون القضائي والصادرة في 1993/4/6. وقد وقعت الاتفاقية في مدينة الرياض، وتعد هذه الاتفاقية النواة الأولى للتعاون العربي في القضائي، كذلك اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الجريمة المنظمة والصادرة من الأمم المتحدة سنة 2000م، كذلك هنالك الاتفاقية القضائية والقانونية الصادرة عن مجلس التعاون الخليجي في الفترة من21-2003/12/22 في الكويت حيث تم اعتماد هذه الاتفاقية من المجلس الأعلى لمجلس التعاون الخليجي في دورته الرابعة.

وفي المقابل يجب على القائمين على قطاع الجرائم المعلوماتية في الجزائر مراعاة ما يلي:

---

[1] هشام محمد فريد رستم، الجرائم المعلوماتية–أصول التحقيق الجنائي الفني–، بحث في مؤتمر القانون والكمبيوتر والانترنيت، كلية الشريعة والقانون جامعة الامارات، 1-2000/5/3، مجلد2، ط3، ص496.

[2] ذياب البداينة، ورقة بحثية بعنوان الجرائم الالكترونية المفهوم والأسباب، بملتقى علمي: الجرائم المستحدثة في ظل المتغيرات الاقليمية والدولية، 2-2014/9/4.ص 10 وما بعدها.

[3] حسين بن سعيد الغافري، السياسة الجنائية في مواجهة جرائم النت، القاهرة، دار النهضة العربية، 2009، ص 238.

- يجب أن يتلاءم تعريف الجريمة المعلوماتية مع فكرة عالمية المعلومات والاتصالات، بحيث يكون متفقا عليه على المستوى العالمي خاصة مراعاة التطور التكنولوجي الحاصل يوما عن يوم، ويجب توضيح الدور الذي يقوم به الحاسب الآلي في ارتكاب الجريمة.
- ضرورة إيجاد قاعدة تعاون دولي فيما يتعلق بالجريمة المعلوماتية للتوفيق بين التشريعات الخاصة بهذه الجرائم.
- ضرورة تدخل تشريعي لحماية المعلومات والبيانات بنصوص خاصة فلا يكفي التوسع من نطاق تطبيق النصوص التقليدية حتى لا يصطدم القاضي بمبدأ الشرعية ويجد نفسه أمام أفعال وسلوكيات غير مجرمة فيفلت فاعلوها من العقاب، رغم أن العديد من الدول كفرنسا والو.م.أ وكندا أصدرت تشريعات تتعلق بمكافحة الجريمة المعلوماتية، إلا أن هذه التشريعات لا يمكن اعتبارها جامعة مانعة.
- ضرورة التنسيق فيما يتعلق بالإجراءات الجزائية المتبعة في شأن الجريمة المعلوماتية بين الدول مختلفة خاصة ما تعلق منها بأعمال الاستدلال أو التحقيق، سيما وأن الحصول على الدليل في مثل هذه الجرائم خارج نطاق الدولة عن طريق التفتيش في نظام معلوماتي معين هو في غاية الصعوبة، فضلا عن الصعوبة الفنية في الحصول على الدليل ذاته.
- تخصيص وحدات أمنية لديها الإلمام الكافي بتقنيات الحاسب، وذلك لا يتأتى إلا من خلال تكوين فرق وتعليمهم مبادئ وعلوم الحاسب الآلي وكيفية التعامل مع هذه الأجهزة في الضبط والتحري عن هذه الجرائم، وتطوير وسائل البحث.
- ضرورة استحداث نصوص قانونية جديدة خاصة في قانون الإجراءات الجزائية، حتى تتلاءم في مجال الضبط والتحقيق لعدم ملائمة الإجراءات التقليدية في مواجهة هذه الجرائم إضافة إلى تحديث الأساليب الإجرائية المتبعة في الجرائم المعلوماتية، دون أن تتعرض حقوق الأفراد وحرياتهم للخطر عند الإثبات في مجالها.
- تأهيل القضاة وتكوينهم في مجال الجرائم المعلوماتية حتى يتسنى له الإلمام بكافة النصوص والإجراءات المتبعة في هذا النوع من الجرائم، خاصة في الأحكام المستحدثة وتنشيط دورات تكوينية مستمرة من قبل خبراء وقانونيين باعتبار أن هذا يؤثر على العدالة بصفة مباشرة.

خاتمة:

نخلص إلى القول إن دراسة موضوع الجريمة المعلوماتية تكتسي أهمية بالغة كونها تساهم في التعريف بظاهرة إجرامية جديدة بدأت في الظهور الانتشار في معظم المجتمعات، ونظرا لارتباطها بتكنولوجيا متطورة أدى إلى تميزها عن الجرائم التقليدية بدءا بتسميتها وصولا إلى الأفعال التي تدخل ضمن دائرتها. لا شك أن قانون 09-04 المتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها وتعديل قانون العقوبات بموجب قانون15-04 كانت لها أهمية في تدارك الفراغ التشريعي

الذي كان يعتري القانون الجزائري و ذلك من خلال حسم المشرع الجدل الفقهي القائم حول طبيعة المعلوماتية باعتبارها مالا من نوع خاص باستحداثه القسم السابع مكرر بعنوان المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات في الفصل الثالث من الباب الثاني من الكتاب الثالث من المواد 394 مكرر إلى 394 مكرر 7 من قانون العقوبات لكون أن القسم السابع ورد تحت الكتاب الثالث المتعلق بالجنايات والجنح ضد الأموال.

كما أن هذا التعديل يعد قفزة في مجال التشريع كونه واكب التشريعات المقارنة بتجسيده معظم أحكام الاتفاقية الدولية للإجرام المعلوماتي من خلال تجريم أفعال الدخول و البقاء غير المشروع داخل النظام المعلوماتي وتشديد العقوبة إذا ترتب عن ذلك مساس بالمعطيات أو نظام التشغيل للمنظومة المعلوماتية، المساس بالمعطيات أو تغيرها، استخدام المعطيات كوسيلة لارتكاب الجرائم المعلوماتية، حيازة و إفشاء ونشر و استعمال المعطيات المحصلة من هذه الجرائم ، تجريم المساس بنظام التشغيل على أساس اعتبار المعطيات المعلوماتية من خلال الفقرة ج من المادة الثانية من قانون09–04 تشمل برامج التشغيل. كما أن المشرع الجزائري قد تبنى مبدأ مسؤولية الشخص المعنوي ووسع نطاق العقوبة بتجريم الشروع في هذه الجرائم بتجريمه حتى الأعمال التحضيرية في إطار الاتفاق الجنائي.

قائمة المصادر والمراجع

- الاتفاقية الدولية حول الإجرام السيبيري التي أبرمت بتاريخ 08/11/2001من طرف المجلس الأوروبي وتم وضعها للتوقيع منذ تاريخ 23/11/2001
- الاتفاقية الدولية حول الإجرام السيبيري التي أبرمت بتاريخ 08/11/2001من طرف المجلس الأوروبي وتم وضعها للتوقيع منذ تاريخ 23/11/2001
- أحمد بن مرسلي: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- أمال قارة: الحماية الجزائية للمعلوماتية في التشريع الجزائري، ط1، دارة هومة لنشر والتوزيع.
- أمير فرج يوسف، الجرائم المعلوماتية، ط1، دار المطبوعات الجامعية، 2012.
- جميل عبد الباقي الصغير، الجوانب الاجرائية للجرائم المتعلقة بالإنترنيت، دط، القاهرة، دار النهضة العربية، 1998.
- حسين بن سعيد الغافري، السياسة الجنائية في مواجهة جرائم النت، القاهرة، دار النهضة العربية، 2009.
- خالد ممدوح ابراهيم، الجرائم المعلوماتية، ط1، الاسكندري، دار الفكر العربي، 2009.
- ذياب البداينة، ورقة بحثية بعنوان الجرائم الالكترونية المفهوم والأسباب، بملتقى علمي: الجرائم المستحدثة في ظل المتغيرات الاقليمية والدولية، 2–2014/9/4.
- سامي علي حامد عياد، الجرائم المعلوماتية واجرام الانترنيت، دط، مصر، دار الفكر العربي، 2007.

- طرشي نورة، مكافحة الجريمة المعلوماتية، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير، في القانون الجنائي، جامعة الجزائر 1، كلية الحقوق، 2011،2012.
- عقد هذا المؤتمر في فيينا في الفترة ما بين 17-10افريل2000
- القانون 15-04 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المعدل والمتمم للأمر 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966 المتضمن قانون العقوبات (ج ر 71 المؤرخ 2004-11-10).
- كامل السعيد، شرح الأحكام العامة في قانون العقوبات، ط3، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2012.
- محمد السيد عرفة، تدريب رجال العدالة وأثره في تحقيق العدالة، دط، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2005.
- محمد أمين الشوابكة، جرائم الحاسوب والانترنيت، ط1، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2004.
- محمد حماد مرهج الهيتي، التكنولوجيا الحديثة والقانون الجنائي، ط1، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2004.
- محمد شفيق: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1998.
- محمد عبيد الكعبي، الجرائم الناشئة عن الاستخدام غير المشروع لشبكة الانترنيت–دراسة مقارنة، ط2، القاهرة، دار النهضة العربية، 2009.
- محمد محمود مكاوي، الجوانب الأخلاقية والاجتماعية للجرائم المعلوماتية، ط1، مصر، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2010.
- محمود نجيب حسني، النظرية العامة للقصد الجنائي، ط4، القاهرة، دار النهضة العربية، 2004.
- موقع منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، www.oecd.org، تم الاطلاع يوم 03-27-2020، على الساعة 1:10 pm
- نائلة عادل محمد فريد، جرائم الحاسب الآلي الاقتصادية، دط، لبنان، منشورات الحلبي الحقوقية، 2005.
- هشام محمد فريد رستم: الجرائم المعلوماتية–أصول التحقيق الجنائي الفني–، بحث في مؤتمر القانون والكمبيوتر والانترنيت، كلية الشريعة والقانون جامعة الامارات، 1-2000/5/3، مجلد2، ط3.
- هلالي عبد الله أحمد، الجوانب الموضوعية والاجرائية لجرائم المعلومات على ضوء اتفاقية بودابست، دط، القاهرة، دار النهضة العربية، 2006.
- Parker (Donn B) Figding computer crime A new Framework for protecting information, 1998.

دور الصحافة الرياضية الفلسطينية في معالجة الفساد في الوسط الرياضي من وجه نظر الصحفيين العاملين في المجال الرياضي

The role of the Palestinian sports press in tackling corruption in the sports community From the point of view of workers in the sports field

د. محمد حسين عودة

استاذ مساعد التدريب الرياضي , جامعة غزة

أ. عبير محمد جميل الفليت

باحثة في مجال الإعلام

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين الرياضيين الفلسطينيين نحو التحديات التي تواجه الصحافة الرياضية ومعرفة الفساد في الوسط الرياضي، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي من خلال إجراء دراسة على عينة عشوائية من الصحفيين الرياضيين التي تمارس العمل الصحفي الرياضي في الفترة 20 يناير حتى 20 ابريل 2019م وعددهم (24) صحفيًا رياضيًا في فلسطين، واستخدام الباحثان أداة الاستبانة الإلكترونية لجمع البيانات والمعلومات للوصول إلى نتائج صحيحة وصادقة، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها: أن متابعة الأخبار الرياضية من خلال الانترنت كانت بنسبة 78.4%، بينما جاء التلفاز بنسبة 13%، أما الاذاعة والصحف كانت بنسبة 4.3%، وهذا يدل أن الجمهور يعتمد على الانترنت في متابعته لأخبار الرياضية، كما أن أهمية الدور الذي تلعبه الصحافة الفلسطينية الرياضية في مكافحة الفساد في الوسط الرياضي جاءت عالية جداً أعلى نسبة 56.5%، ولكن سعي الصحافة الفلسطينية الرياضية لإيجاد حلول لمعالجة الفساد الرياضي كانت منخفضة بنسبة 14.5% تنوعت ما بين استجابات الاستبانة (عالية جداً، وعالية، ومتوسطة)، وهذا يدل أن هناك سعي ضعيف من الصحافة الفلسطينية الرياضية لحل مشاكل الفساد في الوسط الرياضي الفلسطيني. أوصت الدراسة بمنح وسائل الاعلام الرياضي والصحف الرياضية مساحة كافية للنشر والكتابة عن الأخبار الرياضية الفلسطينية بشكل أوسع، خاصة التي تتحدث عما يدور في المؤسسات والدوائر والنقابات الرياضية، وتصميم صحف رياضية متخصصة تناقش وتعرض قضايا الشأن الرياضي الذي يلبي حاجات الجمهور، ومتابعتها مع ذوي الاختصاص وأصحاب القرار، ووضع نص قانوني يحاسب كل مرتكبي الفساد الرياضي في فلسطين.

كلمات مفتاحية: الصحافة الرياضية، الفساد الرياضي، الفلسطينية.

Abstract:

The Role of Palestinian Sports Press in Tackling Corruption in the Sports Community from the Viewpoint of Journalists Working in the Sports Field. The study aimed to identify the attitudes of Palestinian sports journalists towards the challenges facing sports journalism and to identify the corruption in the sports community. The study used the descriptive survey method by conducting a study on a random sample of 24 sports journalists who practice sports journalism in the period between January 20 to April 20 2019 in Palestine. The researchers used the electronic questionnaire tool to collect data and information to reach correct and honest results. The study reached several results, the most important of which is that following up sports news through the Internet was 78.4%, while TV was 13%, whereas

radio and newspapers were 4.3%, which indicates that the public relies on the Internet in following-up the sports news. The study also reveals the importance of the role that Palestinian sports press play in fighting corruption in the sports community which was 56.5%, but the Palestinian sports press sought to find solutions to tackle corruption was low with an average of 14.5%, varying between responses to the questionnaire (very high, high, and medium), and this indicates that there is a weakness from the Palestinian sports press to solve the problem of corruption in the Palestinian sports community. The study recommended that sports media and sports newspapers should be given enough space to publish and write about Palestinian sports news more broadly, especially that talks about what is going on in institutions, and sports unions. The study also recommended designing specialized sports newspapers that discuss and present issues of sports affairs that meet the needs of the public, following it up with specialists and decision makers putting a legal text to hold accountable all perpetrators of sports corruption in Palestine.

Key words: sports journalism, sports corruption, Palestinian.

أولاً/ الإطار العام والدراسات السابقة

المقدمة:

الصحافة الرياضية كنوع من وسائل الإعلام الرياضي لها أهمية في حياة الشعوب والأوطان نظراً لقدراتها على تناول الحدث والقضية بشيء من التفصيل بالمقارنة مع وسائل الإعلام المرئية أو المسموعة إضافة إلى دورها في تشكيل الرأي العام من خلال تكوين ثقافة الفرد وتشكيل فلسفته الحياتية وأسلوب تعامله مع محيطه الخارجي.

فيما يعود تاريخ مفهوم الإعلام الرياضي إلى اهتمام الإغريق بوسائل الإعلام وتسجيل الإنجازات الرياضية على الجلد والورق والحجر لولا ذلك لما عرفنا شيئاً عن الألعاب الأولمبية القديمة، والرواة وناقلو الأخبار الذين كانوا ينشرون إنجازات الأبطال شعراً ورسماً ونحتاً، أما الآن فتضع وسائل الإعلام الحديثة للإنسان في قلب الحدث في حال وقوعه، وأصبحت وسائل الإعلام تتميز بالطابع التجاري في نقل وتغطية النشاط الرياضي، وأدى ذلك إلى التركيز على رياضة البطولات والمباريات والاحتراف وإهمال الرياضات الأخرى.

يلعب الإعلام دوراً أساساً في مكافحة الفساد والتصدي لهذه الظاهرة التي باتت منتشرة في مجتمعاتنا من خلال ما يقوم به من وظيفة كشف المستور كون الفساد يحدث بالخفاء.

فالمفسد بطبيعة الحال لا يستطيع ارتكاب جرائمه على الملأ ومهمة الإعلام هي إظهار الحقيقة وكشف ما يحدث بالخفاء ومن هنا ينشأ الصراع بين الإعلام والفساد، فالمفسدون غالباً بارعون في ارتكاب جرائم الفساد وعلى إطلاع واسع القوانين وعلى معرفة ودرايه تامة بما يقومون به وكيف يقومون به ولديهم قدرة كبيرة على التمويه وإخفاء جرائمهم.

وعلاقة الإعلام بالفساد علاقة مزدوجة فهي علاقة كشف وعلاقة وجود، ووسائل الإعلام تمثل السلطة الرابعة تعبر عن ضمير المجتمع وتحافظ على مصالحه الوطنية، وبذلك تقع عليها مسئولية كبري في مكافحة الفساد والتصدي لهذه الظاهرة الخطيرة والتي لابد في سبيل تحقيق هذه الغاية أن تتحلي وسائل

الإعلام بالموضوعية وحس المسؤولية لترصد وتكشف وتتابع أية مخالفات وممارسات فاسدة، بعيداً عن التشهير والتحيز، ولا يخفي علينا القدرة التأثيرية لوسائل الإعلام على المجتمع، بالتالي هذا يعطيها أهمية خاصة في قدرتها على التصدي للفساد ومحاربة المفسدين كون الإعلام يتوجه مباشرة لأفراد المجتمع للوصول إلى مجتمع خالي من الفساد.

الدراسات السابقة

1. **دراسة عبد القادر، الطاهر (2019)**[1]: كانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي أن للرياضة تأثيراً اقتصادياً ضخماً على الدول، وفي الحالات القصوى يمكنها أن تشكل 2.5 إلى 3.5 من إجمالي الناتج المحل للدول، وقد أتخذنا عدة أدوات للكشف عن آراء اللاعبين وبعض الإحصائيين في أثر هذا الفساد على مردوديتهم وعلى الجانب الاقتصادي للدول عامة، حيث تم وجود دلالة إحصائية بين المتغيرات مما دل على أن للفساد علاقة بتدهور الاقتصاد.
2. **دراسة مهند دلول (2016)**[2]: كانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي إن كرة القدم جاءت بالمرتبة الأولي في اهتمام الجمهور الفلسطيني لمتابعتها، حيث احتل المراسل المرتبة الأولي في جمع المعلومات والاخبار الرياضية.
3. **دراسة عبير الفليت (2015)**[3]: كانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي ركزت الصفحات الرياضية في الصحف اليومية الفلسطينية على قضايا اللاعبين ونتائج المباريات، حيث كانت فئة منشأ المعلومة هي أكثر الفئات التي تركز في جمع المعلومات والتركيز على الرياضات الجماعية أكثر من الفردية.
4. **دراسة سالم العجمي (2013)**[4]: كانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة انها لا تقوم الصحافة الرياضية بدور فاعل في مكافحة الفساد في المجال الرياضي، وذلك كونها تتناول المشكلات التي تستحوذ على اهتمام المسؤولين وتبتعد عما يثير عضبهم، الصحافة الرياضية لا يكون هدفها الصالح العام بل ميول شخصية، لا تقوم الصحافة الرياضية بدورها الرئيسي بمتابعة الموضوعات المستقلة بالفساد وأشكالها المتنوعة والسائدة في المجتمع الرياضي، لا يستخدم

---

[1] غيدي عبد القادر، مسعودي الطاهر(2019م)، **الفساد الرياضي وتأثيره على الجانب الاقتصادي للدول وسبل محاربته،** مقال منشور في مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 53، الصفحة 157، 2019م.

[2] مهند دلول(2016م)، المواقع الرياضية الالكترونية في فلسطين، **رسالة ماجستير غير منشورة،** الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، قطاع غزة.

[3] عبير الفليت(2015م)، واقع الصفحات الرياضية في الصحف اليومية الفلسطينية، **رسالة ماجستير غير منشورة،** الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، قطاع غزة.

[4] سالم العجمي (2013م)، تقييم الشباب الجامعي لدور الصحافة الرياضية الكويتية في معالجة الفساد الرياضي، **رسالة ماجستير غير منشورة،** كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

المحررين الرياضيين في الصحف الرياضية والعاملين بها الأشكال والقوالب الصحفية بالشكل المطلوب بل تقتصر أغلبها على الخبر الرياضي.

5. **دراسة إيمان الأشقر (2012)**[5]: كانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي اهتمام الصحف باستخدام الأشكال الصحفية (مقال، حديث، عمود، تقرير، تحقيق)، احتل المقال الصحفي المركز الأول بين الأشكال الصحفية في الكتابة عن الظواهر السلبية لمشجعي الأندية في جميع الصحف محل الدراسة، قلة الاهتمام بالحديث الصحفي للكتابة عن الظواهر السلبية لمشجعي الأندية في صحف الدراسة.
6. **دراسة عبد الله الزهراني (2011)**[6]: كانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنهم يتأثر صانعوا القرار في الاتحادات الرياضية بما ينشر في الصحف الرياضية عند اتخاذهم القرارات، اهتمام الصحافة الرياضية بالأداء الإداري الرياضي لم يكن بالقدر الكافي مقارنة بالقضايا الأخرى.

مشكلة الدراسة: أن الصحافة الرياضية التي تعتمد على مصادر متعددة ومختلفة للوصول إلى المعلومات خصوصاً في الوسط الرياضي، وهناك إمكانية في النفاذ إلى المعلومات تعني القدرة على الحصول والوصول إلى معلومات وحقائق وبيانات أينما كانت، حيث تمكن مشكلة الدراسة في الدور التي تلعبه الصحافة الرياضية الفلسطينية في معالجة الفساد في الوسط الرياضي.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على اتجاهات الصحفيين الرياضيين الفلسطينيين نحو الصحافة الرياضية.
2. معرفة قدرة الصحافة الرياضية على التعرض لقضايا الفساد في الوسط الرياضي.
3. معرفة التحديات التي تواجه الصحافة الرياضية الفلسطينية في مكافحة الفساد في الوسط الرياضي من وجه نظر الصحفيين الرياضيين.
4. ابراز الموضوعات التي تم من خلالها التعرض لقضايا الفساد من قبل الصحافة الرياضية الفلسطينية.
5. التعرف على الإجراءات التي تتخذ من قبل المسؤولين في المؤسسات الرياضية لمحاولة معالجة قضايا الفساد في الوسط الرياضي.

تساؤلات الدراسة:

1. ما هي اتجاهات الصحفيين الرياضيين الفلسطينيين نحو الصحافة الرياضية؟

---

[5] إيمان عبد الرحيم الأشقر (2012م)، " دور النقد في الصحافة الرياضية المصرية في مواجهة الظواهر السلبية لمشجعي الأندية"، **رسالة دكتوراه غير منشورة:** كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، الإسكندرية.

[6] عبد الله الزهراني (2011م)، "دور الصحافة الرياضية في صنع القرار بأندية واتحاد كرة القدم في المملكة العربية السعودية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية التربية الرياضية، جامعة أم القري، السعودية.

2. ما هي قدرة الصحافة الرياضية على التعرض لقضايا الفساد في الوسط الرياضي؟
3. ما هي التحديات التي تواجه الصحافة الرياضية الفلسطينية في مكافحة الفساد في الوسط الرياضي من وجه نظر الصحفيين الرياضيين؟
4. ما ابراز الموضوعات التي تم من خلالها التعرض لقضايا الفساد من قبل الصحافة الرياضية الفلسطينية؟
5. ما هي الإجراءات التي تتخذ من قبل المسؤولين في المؤسسات الرياضية لمحاولة معالجة قضايا الفساد في الوسط الرياضي؟

نوع الدراسة:

تندرج الدراسة تحت إطار البحوث الوصفية التي تسعى للتعرف على دور الصحافة الرياضية الفلسطينية في معالجة الفساد في الوسط الرياضي.

منهج الدراسة:

المنهج المستخدم في الدراسة هو منهج المسح الذي يعتبر من أهم المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية وخاصة البحوث الوصفية نظراً لحجم التغيرات المتسارعة في المجال الإعلامي والتي تتطلب ضرورة ملاحقتها وتسجيلها باستمرار، وفي إطاره سيتم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام من خلال إجراء دراسة على الصحفيين الرياضيين في فلسطين للتعرف على دور الصحافة الرياضية الفلسطينية في معالجة الفساد في الوسط الرياضي.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الصحفيين الرياضيين في قطاع غزة والضفة الغربية والقدس حيث نظراً لظروف السفر الصعبة سيتم اختيار الصحفيين الرياضيين الفلسطينيين في قطاع غزة لمعرفة دور الصحافة الرياضية الفلسطينية في معالجة الفساد في الوسط الرياضي.

عينة الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على عينة عشوائية من الصحفيين الرياضيين التي تمارس العمل الصحفي الرياضي في الفترة 20 يناير حتى 20 ابريل 2019م.

أداة الدراسة: تتمثل أداة الدراسة في صحيفة الاستقصاء (الاستبانة)، فهي أحد الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات أولية وأساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جمع مفردات مجتمع الدراسة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقاً.

مصطلحات الدراسة:

1. **الوسط الرياضي:** ذلك الوسط الذي يستطيع من خلاله الفرد التنفيس عن مكوناته وتقديم أحسن السلوك وأفضل التربية وكذلك أحسن المردود[8].

[8] طلحة هشام، العنف في الوسط الرياضي وعلاقته بتردي النتائج، 2013م، www.dzpsycho.com

2. **الصحافة الرياضية:** هي تلك الصحافة التي تهتم بتناول الموضوعات والقضايا والمشكلات الرياضية من حيث الشكل والمضمون بهدف وصف وتوضيح وتحليل الأهداف الرياضية مما يترك أثر في المجتمع وقد تسهم في عملية صنع القرار في المجال الرياضي[7].

3. **الفساد:** نتاج انحراف السلوك عن الأنماط السلوكية المقبولة ونتاج انحراف الأعراف والقيم ذاتها عن أنماط السلوك القائمة والمعهودة كما أنه استغلال السلطة من أجل المكاسب والمنافع الخاصة، وذلك وفق التعرف الذي حددته منظمة الشفافية الدولية وهو أن الفساد يشير إلى الإخلال بشرف ومهنية الوظيفة والقيم والعادات التي تسود المجتمع.

ثانياً/ نتائج الدراسة التحليلية

أداة الاستبانة

1. **تتابع الأخبار الرياضية من خلال إحدى الوسائل الإعلامية التالية:**

جدول رقم (1)

متابعة الأخبار الرياضية	ك	%
الانترنت	18	78.4
تلفاز	3	13
إذاعة	1	4.3
صحف	1	4.3
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن أعلى نسبة في متابعة الأخبار الرياضية من خلال الانترنت بنسبة 78.4% بينما جاء تلفاز بنسبة 13% أما الاذاعة والصحف تساوي بنسبة 4.3% وهذا يدل أن الجمهور يعتمد على الانترنت في متابعته لأخبار الرياضية.

2. **مدي متابعتكم للأخبار الرياضية:**

جدول رقم (2)

مدي متابعة الأخبار الرياضية	ك	%
عالية جداً	12	52.2
عالية	9	39.2
متوسطة	1	4.3
منخفضة	1	4.3
غير متابع	0	0
المجموع	**23**	**100**

[7] سامح حافظ (2008م)، "الصحافة الرياضية وعلاقتها بصنع القرار في الأندية والاتحادات الرياضية بجمهورية مصر العربية"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الزقازيق، القاهرة.

يتضح من الجدول السابق أن جاء مدي متابعة الأخبار الرياضية بنسبة عالية جدا 52.2% وهذا دليل أن الجمهور يتابع الأخبار الرياضية بشكل جيد بينما جاء عالية بنسبة 39.2% أما متوسطة ومنخفضة بنسبة 4.3%

3. الدور الذي تلعبه الصحافة الفلسطينية الرياضية في مكافحة الفساد في الوسط الرياضي:

جدول رقم (**3**)

الفئة	ك	%
عالية جداً	6	56.5
عالية	13	26.1
متوسطة	3	13.1
منخفضة	1	4.3
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن الدور الذي تلعبه الصحافة الفلسطينية الرياضية في مكافحة الفساد في الوسط الرياضي جاءت عالية جداً أعلى نسبة 56.5% وهذا يدل على أن هناك سعي من الصحافة الفلسطينية في مكافحة الفساد الرياضي بينما كانت نسبة عالية 26.1% فيما جاءت نسبة متوسطة 13.1% ومنخفضة كانت 4.3%

4. اهتمام الصحافة الفلسطينية الرياضية بأشكال الفساد الرياضي:

جدول رقم (**4**)

الفئة	ك	%
عالية جداً	2	8.7
عالية	10	43.5
متوسطة	10	43.5
منخفضة	1	4.3
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن اهتمام الصحافة الفلسطينية الرياضية بأشكال الفساد الرياضي تساوي عالية ومتوسطة بنسبة 43.5% أما عالية جداً كانت بنسبة 8.7% بينما منخفضة جاء بنسبة 4.3%

5. تتابع الصحافة الفلسطينية الرياضية قضايا الفساد الرياضي في الرياضة الفلسطينية:

جدول رقم (**5**)

الفئة	ك	%
عالية جداً	3	13
عالية	8	34.9
متوسطة	11	47.8
منخفضة	1	4.3
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن متابعة الصحافة الفلسطينية الرياضية قضايا الفساد الرياضي وجاءت بنسبة متوسطة أعلى نسبة 47.8% وكانت نسبة عالية 34.9% أما عالية جداً بنسبة 13% ومنخفضة 4.3%، يعني ذلك أن هناك متابعة لقضايا الفساد الرياضي في الصحافة الفلسطينية.

6. سعي الصحافة الفلسطينية الرياضية في إيجاد حلول لمعالجة الفساد الرياضي:

جدول رقم (6)

الفئة	ك	%
عالية جداً	4	17.5
عالية	5	21.7
متوسطة	1	4.3
منخفضة	13	56.5
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن تسعى الصحافة الفلسطينية الرياضية في إيجاد حلول لمعالجة الفساد الرياضي وكانت أعلى نسبة منخفضة 56.5% بينما عالية بنسبة 21.7% وعالية جداً بنسبة 17.5% أما متوسطة بنسبة 4.3% وهذا يدل أن هناك سعي ضعيف من الصحافة الفلسطينية الرياضية لحل مشاكل الفساد في الوسط الرياضي الفلسطيني.

7. تحاول الصحافة الفلسطينية الرياضية في كشف قضايا الفساد الرياضي في الرياضة الفلسطينية:

جدول رقم (7)

الفئة	ك	%
عالية جداً	4	17.5
عالية	5	21.7
متوسطة	1	4.3
منخفضة	13	56.5
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن الصحافة الفلسطينية الرياضية في كشف قضايا الفساد الرياضي كان نسبة منخفضة 56.5% أما عالية كانت بنسبة 21.7% بينما نسبة عالية جداً 17.5% ونسبة متوسطة 4.3%

8. تقوم الصحافة الفلسطينية الرياضية على تثقيف الصحفي الفلسطيني بقضايا الفساد الرياضي:

جدول رقم (8)

الفئة	ك	%
عالية جداً	4	17.5
عالية	5	21.7
متوسطة	1	4.3
منخفضة	13	56.5
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن الصحافة الفلسطينية الرياضية تقوم على تثقيف الصحفي الفلسطيني بقضايا الفساد الرياضي كانت أعلى نسبة منخفضة 56.5% بينما عالية بنسبة 21.7% فيما نسبة عالية جداً بنسبة 17.5% ونسبة متوسطة 4.3%

9. تأثر الصحافة الفلسطينية الرياضية على الفساد الرياضي لمستوي الرياضة الفلسطينية:

جدول رقم (9)

الفئة	ك	%
عالية جداً	4	17.5
عالية	6	26.1
متوسطة	3	13
منخفضة	10	43.4
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن تأثر الصحافة الفلسطينية الرياضية على الفساد الرياضي لمستوي الرياضة الفلسطينية بنسبة منخفضة 43.4% وهي أعلى نسبة بينما عالية بنسبة 26.1% وجاءت عالية جداً بنسبة 17.5% فيما نسبة متوسطة 13%

10. توجه أنظار أصحاب القرار بكافة مستوياته في الصحافة الفلسطينية الرياضية على مستوي الفساد الرياضي:

جدول رقم (10)

الفئة	ك	%
عالية جداً	2	8.7
عالية	2	8.7
متوسطة	7	30.4
منخفضة	12	52.2
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن أنظار أصحاب القرار بكافة مستوياته في الصحافة الفلسطينية الرياضية في مستوي الفساد الرياضي كانت أعلى نسبة منخفضة 52.2% بينما نسبة متوسطة 30.4% أما تساوي نسبة عالية جداً وعالية 8.7%

11.الموضوعات التي تعرضها الصحافة الفلسطينية الرياضية عن الفساد في الوسط الرياضي:

جدول رقم (11)

الفساد الرياضي المالي	ك	%
عالية جداً	1	4.3
عالية	3	13
متوسطة	8	34.8
منخفضة	11	47.8
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن الفساد الرياضي المالي جاءت نسبة منخفضة 47.8% بينما نسبة متوسطة 34.8% أما نسبة عالية 13% فيما عالية جداً 4.3%

الفساد الرياضي الإداري	ك	%
عالية جداً	1	4.3
عالية	2	8.7
متوسطة	9	39.1
منخفضة	11	47.8
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن الفساد الرياضي الإداري جاء نسبة منخفضة 47.8% كانت الأعلى ولكن نسبة متوسطة جاءت 39.1% وجاءت نسبة عالية 8.7% أما نسبة عالية جداً 4.3%

الفساد الرياضي الأخلاقي	ك	%
عالية جداً	8	34.8
عالية	6	26.1
متوسطة	6	26.1
منخفضة	3	13
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن الفساد الرياضي الاخلاقي جاءت أعلى نسبتان عالية وعالية جداً 26.1% أما عالية جداً 34.4% ومنخفضة 13%

12. التحديات التي تواجه الصحافة الرياضية الفلسطينية في مكافحة الفساد في الوسط الرياضي من وجه نظر الصحفيين الرياضيين:

جدول رقم (12)

صعوبة التواصل بين الصحفيين الرياضيين بسبب الانتماء السياسي	ك	%
عالية جداً	8	34.8
عالية	9	39.1
متوسطة	3	13
منخفضة	3	13
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن التحديات التي واجهت الصحافة الرياضية الفلسطينية في مكافحة الفساد الرياضي هو صعوبة التواصل بين الصحفيين الرياضيين بسبب الانتماء السياسي وكانت النسبة الأعلى هي عالية 39.1% بينما نسبة عالية جداً بنسبة 34.8% وتساوي نسبة متوسطة ومنخفضة 13%

قلة الحريات في العمل الصحفي الرياضي	ك	%
عالية جداً	7	30.4
عالية	3	13
متوسطة	7	30.4
منخفضة	6	26.1
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن من التحديات التي واجهت الصحافة الفلسطينية الرياضية قلة الحريات في العمل الصحفي الرياضي جاء أعلى نسبة عالية جداً 30.4% وكذلك تساوي متوسطة بنسبه ذاتها وكانت منخفضة 26.1% وأخيراً نسبة عالية 13%

صعوبة الحصول على المعلومات التي تساعد العمل الصحفي الرياضي	ك	%
عالية جداً	3	13
عالية	3	13
متوسطة	11	47.8
منخفضة	6	26.1
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن من التحديات التي واجهت الصحافة الفلسطينية الرياضية صعوبة الحصول على المعلومات التي تساعد العمل الصحفي الرياضي وجاءت أعلى نسبة متوسطة 47.8% بينما نسبة منخفضة 26.1% وتساوي عالية وعالية جداً بنسبة 13%

التحيز وعدم الموضوعية في عرض المعلومات الصحفية الرياضية	ك	%
عالية جداً	1	4.3
عالية	10	43.5
متوسطة	8	34.8
منخفضة	4	17.4
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن من التحديات التي واجهت الصحافة الفلسطينية الرياضية التحيز وعدم الموضوعية في عرض المعلومات الصحفية الرياضية وجاءت أعلى نسبة عالية 43.5% ونسبة متوسطة 34.8% بينما منخفضة بنسبة 17.4% وكانت عالية جداً بنسبة 4.3%

13.الإجراءات التي تتخذ من قبل المسؤولين في المؤسسات الرياضية لمحاولة معالجة قضايا الفساد في الوسط الرياضي:

جدول رقم (13)

الالتزام بالسلم الوظيفي في العمل الصحفي الرياضي	ك	%
عالية جداً	3	13
عالية	6	26.1
متوسطة	11	47.8
منخفضة	3	13
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن الإجراءات التي تتخذ من قبل المسؤولين في المؤسسات الرياضية لمحاولة معالجة قضايا الفساد في الوسط الرياضي هي الالتزام بالسلم الوظيفي في العمل الصحفي الرياضي جاءت أعلى نسبة متوسطة 47.8% بينما نسبة عالية 26.1% أما تساوي عالية جداً ومنخفضة 13%

وضع سلم للأجور وتطويرها	ك	%
عالية جداً	4	17.4
عالية	9	39.1
متوسطة	8	34.8
منخفضة	2	8.7
غير ذلك	0	0
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن الإجراءات التي تتخذ من قبل المسؤولين في المؤسسات الرياضية لمحاولة معالجة قضايا الفساد في الوسط الرياضي هي وضع سلم للأجور وتطويرها جاءت أعلى نسبة عالية 39.1% بينما نسبة متوسطة 34.8% وكانت عالية جداً 17.4% وجاءت منخفضة 8.7%

إَصدار قوانين تعمل على تنظم العمل الصحفي الرياضي	ك	%
عالية جداً	0	0
عالية	5	21.7
متوسطة	14	60.9
منخفضة	4	17.4
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن الإجراءات التي تتخذ من قبل المسؤولين في المؤسسات الرياضية لمحاولة معالجة قضايا الفساد في الوسط الرياضي هي إصدار قوانين تعمل على تنظيم العمل الصحفي الرياضي جاءت أعلى نسبة متوسطة 6.09% بينما عالية جاء بنسبة 21.7% ومنخفضة بنسبة 17.4%

زيادة الموضوعية والمصداقية في تناول الأخبار الصحفية الرياضية	ك	%
عالية جداً	0	0
عالية	3	13
متوسطة	5	21.7
منخفضة	15	65.2
المجموع	**23**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن الإجراءات التي تتخذ من قبل المسؤولين في المؤسسات الرياضية لمحاولة معالجة قضايا الفساد في الوسط الرياضي هي زيادة الموضوعية والمصداقية في تناول الأخبار الصحفية الرياضية جاء أعلى نسبة منخفضة 65.2% بينما نسبة متوسطة 21.7% فيما عالية 13%

جدول رقم (14) المتوسط والانحراف المعياري والنسبة المئوية لردود الإعلاميين بخصوص موضوع الدراسة

العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية
1	2.96	0.47	73.91
2	1.74	0.75	43.48
3	1.61	0.78	40.22
4	1.74	0.81	43.48
5	1.61	0.72	40.22
6	1.61	0.78	40.22
7	1.74	0.96	43.48
8	1.74	0.86	43.48
9	1.78	0.80	44.57
10	2.83	1.07	70.65
11	2.96	1.02	73.91
12	2.48	1.20	61.96
13	2.13	0.97	53.26
14	2.35	0.83	58.705
15	2.39	0.89	59.78
16	2.65	0.88	66.31
17	2.04	0.64	51.09
18	1.48	0.73	36.96
19	2.09	0.79	52.18

تبين من الجدول السابق أن نسبة متابعة الأخبار الرياضية من خلال الوسائل الإعلامية بنسبة 73.19% حيث تبين أن الجمهور يتابع الأخبار الرياضية بدرجة كبيرة التحليل عبر الانترنت، أما كانت نسبة مدي متابعة الأخبار الرياضية 43.48% وكانت نسبة عالية جداً هي الأعلى في معدلات التحليل، فيما أن الدور الذي تلعبه الصحافة الفلسطينية الرياضية في مكافحة الفساد في الوسط الرياضي جاء بنسبة 40.22%، وكانت نسبة عالية جداً هي الأعلى في معدلات التحليل من ثم اهتمام الصحافة الفلسطينية الرياضية بأشكال الفساد الرياضي بنسبة 43.48%، جاءت عالية ومتوسطة هما أعلى نسبتان في معدلات التحليل، حيث أن متابعة الصحافة الفلسطينية الرياضية لقضايا الفساد الرياضي في الرياضة الفلسطينية كان بنسبة 40.22%، وسجلت أعلى نسبة درجة متوسطة بين معدلات التحليل، فيما أن تسعي الصحافة الفلسطينية الرياضية في إيجاد حلول لمعالجة الفساد الرياضي جاء بنسبة 40.22%، بينت أعلى نسبة هي عالية بين معدلات التحليل، وتبين أن الصحافة الفلسطينية الرياضية تحاول كشف

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

قضايا الفساد الرياضي في الرياضة الفلسطينية بنسبة 43.48% وجاءت نسبة منخفضة هي الأعلى بين المعدلات.

تبين من الجدول السابق أن الصحافة الفلسطينية الرياضية تقوم على تثقيف الصحفي الفلسطيني بقضايا الفساد الرياضي كان بنسبة 43.48%، فيما جاءت منخفضة هي أعلى نسبة في معدلات التحليل، حيث تأثر الصحافة الفلسطينية الرياضية على الفساد الرياضي لمستوي الرياضة الفلسطينية بنسبة 44.57%، وجاءت منخفضة هي أعلى نسبة في معدلات التحليل فيما توجه أنظار أصحاب القرار بكافة مستوياته في الصحافة الفلسطينية الرياضية على مستوي الفساد الرياضي جاء بنسبة 70.65%، أن الموضوعات التي تعرضها الصحافة الفلسطينية الرياضية عن الفساد في الوسط الرياضي منها الفساد الرياضي الاداري والأخلاقي والمالي جاء بنسبة 73.91% أما التحديات التي تواجه الصحافة الرياضية الفلسطينية في مكافحة الفساد في الوسط الرياضي من وجه نظر الصحفيين الرياضيين منها صعوبة التواصل بين الصحفيين الرياضيين بسبب الانتماء السياسي جاء بنسبة 61.96% وكانت النسبة الغالبية للفئات السابقة هي منخفضة هي أعلى نسبة في معدلات التحليل، حيث كان قلة الحريات في العمل الصحفي الرياضي بنسبة 53.26% فيما أن صعوبة الحصول على المعلومات التي تساعد العمل الصحفي الرياضي بنسبة 58.7%، بينما التحيز وعدم الموضوعية في عرض المعلومات الصحفية الرياضية بنسبة 59.7% كانت نسبة عالية هي الأعلى في معدلات التحليل.

وتبين أن الإجراءات التي تتخذ من قبل المسؤولين في المؤسسات الرياضية لمحاولة معالجة قضايا الفساد في الوسط الرياضي ومنها الالتزام بالسلم الوظيفي في العمل الصحفي الرياضي جاء بنسبة 66.31% فيما أن وضع سلم للأجور وتطويرها جاء بنسبة 51.09% أما إَصدار قوانين تعمل على تنظم العمل الصحفي الرياضي كان بنسبة 36.96% وبينما زيادة الموضوعية والمصداقية في تناول الأخبار الصحفية الرياضية بنسبة 52.18% حيث كانت متوسطة هي الأعلى في معدلات التحليل.

على الصحافة الرياضية التمتع بالحيادية والمهنية في العمل الصحفي الرياضي ووضع مرتكزات والابتعاد عن العشوائية التي تسبب في اضعاف الجسم الصحفي الرياضي، وعدم التركيز على قضايا مهمة مثل الفساد الرياضي وكذلك يجب العمل على إعادة هيكلية وتصويب الإعلام الرياضي بما يتوافق مع المصلحة الرياضية.

العمل على وضع تخصص ضمن كليات الإعلام في كتابة التحقيقات الصحفية والسعي على تطوير الكادر الصحفي الرياضي ووضع عقوبات على من يخالف القانون الصحفي.

توفير الحماية الصحفية للصحفيين الرياضيين لمعرفة كشف قضايا الفساد الرياضي دون خوف ومسالة قانونية، وحرية في جمع المعلومات ونقلها.

متابعة الصحف والمواقع الالكترونية على تخصيص المساحة الكافية والإمكانيات للبحث في كافة الملفات المشتبه بوجود فساد فيها، عقد لقاءات ودورات للصحفيين الرياضيين لآلية التعامل مع ملفات الفساد في الصحافة.

أن الصحافة الرياضية الفلسطينية غالبا قلة من حدوث الفساد المالي في المؤسسات الرياضية أيًا كانت، وذلك خوفًا من غضب أصحاب القرار أضافةً لتوجهاتهم السياسية.

أهم النتائج:

1. بينت الدراسة أن متابعة الأخبار الرياضية من خلال الانترنت بنسبة 78.4% بينما جاء تلفاز بنسبة 13% أما الاذاعة والصحف تساوي بنسبة 4.3% وهذا يدل أن الجمهور يعتمد على الانترنت في متابعته لأخبار الرياضية.
2. أن الدور الذي تلعبه الصحافة الفلسطينية الرياضية في مكافحة الفساد في الوسط الرياضي جاءت عالية جداً أعلى نسبة 56.5%
3. أن اهتمام الصحافة الفلسطينية الرياضية بأشكال الفساد الرياضي تساوي عالية ومتوسطة بنسبة 43.5% أما عالية جداً كانت بنسبة 8.7% بينما منخفضة جاء بنسبة 4.3%
4. أن تسعي الصحافة الفلسطينية الرياضية في إيجاد حلول لمعالجة الفساد الرياضي وكانت أعلى نسبة منخفضة 56.5% بينما عالية بنسبة 21.7% وعالية جداً بنسبة 17.5% أما متوسطة بنسبة 4.3% وهذا يدل أن هناك سعي ضعيف من الصحافة الفلسطينية الرياضية لحل مشاكل الفساد في الوسط الرياضي الفلسطيني.
5. أن الصحافة الفلسطينية الرياضية في كشف قضايا الفساد الرياضي كان نسبة منخفضة 56.5% أما عالية كانت بنسبة 21.7% بينما نسبة عالية جداً 17.5% ونسبة متوسطة 4.3%
6. أن الصحافة الفلسطينية الرياضية تقوم على تثقيف الصحفي الفلسطيني بقضايا الفساد الرياضي كانت أعلى نسبة منخفضة 56.5% بينما عالية بنسبة 21.7% فيما نسبة عالية جداً بنسبة 17.5% ونسبة متوسطة 4.3%
7. أن أنظار أصحاب القرار بكافة مستوياته في الصحافة الفلسطينية الرياضية في مستوي الفساد الرياضي كانت أعلى نسبة منخفضة 52.2% بينما نسبة متوسطة 30.4% أما تساوي نسبة عالية جداً وعالية 8.7%
8. أن التحديات التي واجهت الصحافة الرياضية الفلسطينية في مكافحة الفساد الرياضي هو صعوبة التواصل بين الصحفيين الرياضيين بسبب الانتماء السياسي وكانت النسبة الأعلى هي عالية 39.1% بينما نسبة عالية جداً بنسبة 34.8% وتساوي نسبة متوسطة ومنخفضة 13%

9. أن الإجراءات التي تتخذ من قبل المسؤولين في المؤسسات الرياضية لمحاولة معالجة قضايا الفساد في الوسط الرياضي هي الالتزام بالسلم الوظيفي في العمل الصحفي الرياضي جاءت أعلى نسبة متوسطة 47.8% بينما نسبة عالية 26.1% أما تساوي عالية جداً ومنخفضة 13%
10. أن الإجراءات التي تتخذ من قبل المسؤولين في المؤسسات الرياضية لمحاولة معالجة قضايا الفساد في الوسط الرياضي هي زيادة الموضوعية والمصداقية في تناول الأخبار الصحفية الرياضية جاء أعلى نسبة منخفضة 65.2% بينما نسبة متوسطة 21.7% فيما عالية 13%

أهم التوصيات:

1. تعمل الصحف على إعطاء مساحة للكتابة عن أخبار الصحافة الرياضية الفلسطينية بشكل أوسع خاصة التي تتحدث ما يدور في الدوائر والنقابات الرياضية.
2. تصميم صحف رياضية متخصصة تناقش وتعرض قضايا الشأن الرياضي حيث يلبي حاجات الجمهور كافة من جانب آخر عرض وجهات نظر الجهات المختصة.
3. وضع نص قانوني يحاسب كل مرتكبي الفساد الرياضي في فلسطين، ويكون جهات ودوائر مختصة للمحاسبة على ذلك.
4. ضرورة أخذ الصحافة الرياضية بمبدأ الحرية والموضوعية البعيدة عن التحيز والانتماءات والتوجهات السياسية وعدم صدور أحكام دون أدلة على قضايا الفساد الرياضي في فلسطين.
5. يكون عدل في عرض القضايا والمشكلات الرياضية في الصحف الفلسطينية دون تميز وتحيز لصحيفة ما.

المراجع:

[1] غيدي عبد القادر، مسعودي الطاهر(2019م)، **الفساد الرياضي وتأثيره على الجانب الاقتصادي للدول وسبل محاربته**، مقال منشور في مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 53، الصفحة 157، 2019م.

[2] مهند دلول(2016م)، المواقع الرياضية الالكترونية في فلسطين، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، قطاع غزة.

[3] عبير الفليت(2015م)، واقع الصفحات الرياضية في الصحف اليومية الفلسطينية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، قطاع غزة.

[4] سالم العجمي (2013م)، تقييم الشباب الجامعي لدور الصحافة الرياضية الكويتية في معالجة الفساد الرياضي، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

[5] إيمان عبد الرحيم الأشقر (2012م)، " دور النقد في الصحافة الرياضية المصرية في مواجهة الظواهر السلبية لمشجعي الأندية"، **رسالة دكتوراه غير منشورة:** كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، الإسكندرية.

[6] عبد الله الزهراني (2011م)، "دور الصحافة الرياضية في صنع القرار بأندية واتحاد كرة القدم في المملكة العربية السعودية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية التربية الرياضية، جامعة أم القري، السعودية.

[7] سامح حافظ (2008م)، "الصحافة الرياضية وعلاقتها بصنع القرار فى الأندية والاتحادات الرياضية بجمهورية مصر العربية"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الزقازيق، القاهرة.

[8] طلحة هشام، العنف في الوسط الرياضي وعلاقته بتردي النتائج، 2013م، www.dzpsycho.com

جهود الإذاعات المحلّيّة الجزائريّة في خدمة القرآن وعلومه "دراسة وصفيّة تحليليّة لعيّنة من برامج تعليم أحكام التّلاوة"

The efforts of local Algerian radio stations in the service of the Quran and its sciences "An analytical descriptive study of a sample of the teaching programs of recitation provisions"

د/ سفيان مطروش

أستاذ متعاقد, جامعة زيّان عاشور- الجلفة (الجزائر)

د(ة) / بسمة بله باسي

جامعة حمَّه لخضر- الوادي (الجزائر)

الملخّص:

سعت الدّراسة هذه، إلى اكتشاف جهود الإذاعات المحلّيّة (الجهويّة) الجزائريّة في خدمة القرآن الكريم وعلومه ومعرفة الدّور المنوط بها في تقريب تلك العلوم من المجتمع المحلّي الجزائري. انطلاقًا من إشكاليّة رئيسة، هي:

– **إلى أيّ مدَى أسهمت برامج تعليم أحكام التّلاوة للإذاعات المحليّة الجزائريّة في خدمة القرآن وعلومه؟** وللإجابة على الإشكاليّة هذه، اتّخذت الدّراسة، عيّنة مكوّنة من أربعة برامج تُعنَى بأحكام التّلاوة، بثّتها إذاعات محليّة جزائريّة، هي:

1–برنامج "ورتّل القرآن ترتيلًا"، يبثّ من إذاعة الجلفة الجهويّة.

2–برنامج"اقرأ ورتّل"، يبثّ من إذاعة المديّة الجهويّة.

3–برنامج "أفواه القرآن الكريم"، يبثّ من إذاعة البويرة الجهويّة.

4–برنامج" أهل القرآن"، يبثّ من إذاعة وادي سوف الجهويّة.

الكلمات المفتاحيّة:_جهود–إذاعات محلّيّة جزائريّة –خدمة–القرآن الكريم وعلومه.

Abstract:

This study sought to discover the efforts of Algerian local (regional) radio stations in the service of the Holy Quran and its sciences, and to know the role entrusted to them in bringing these sciences closer to the Algerian local community.Starting with a major problem, she is:

- To what extent have the teaching provisions for recitation of local Algerian broadcasters contributed to the service of the Qur'an and its sciences? In order to answer this problem,the study took a sample consisting of four programs that deal with the provisions of recitation,which were broadcast by local Algerian radio stations:

1- "Recite the Qur'an recitation" program, it broadcasts from the regional radio station Djelfa.

2- "Read and Recite" program, it broadcasts from the regional radio station Media.

3- "Mouths of the Noble Qur'an" program, it broadcasts from the regional radio station Bouira.

4- "People of the Qur'an" program, it broadcasts from the regional radio station Wadi Souf.

Keywords:_ efforts, local Algerian radio, service, The Holy Quran and its Sciences.

مقدّمة:

الحمد لله القائل:﴿**إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أولئك كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا**﴾، والصّلاة والسّلام على سيّد الأنبياء والمرسلين،محمّد بن عبد **الله**،وعلى آله وصحبه الطّاهرين،وبعد؛ تُعَدُّ الإذاعة المحلّيّة (الجهويّة)، من أبرز الوسائل الإعلاميّة تأثيرًا في النّاس، انطلاقًا من وظائفها، ومدَى انتشارها، وُصُولًا إلى مدَى علاقتها بالمجتمع؛ إذ تخاطب مجتمعها المحلّي بلغته ولهجاته المختلفة، بعاداته وتقاليده، من خلال ما تُقدِّمه من برامج نفعيّة متنوّعة، والدّليل على ذلك هو ما تعكسه شهرة بعض البرامج التي حقّقت تفاعلا قويّا نالت به شعبيّة واسعةً وسط جماهيرها المحلّيّة.

وكذلك إذا نظرنا في مدَى خدمة الإذاعة للقرآن الكريم،نجدها حاضرة دومًا من خلال ما تقدّمه من برامج لها موضوعات مباشرة مع علومه،بعدما كانت تقتصر على التّلاوات الافتتاحيّة فقط،ومن ثمّ « طُوِّعَت الإذاعة لخدمة القرآن الكريم وتفسيره وترتيله وتجويده،حتّى أصبح ضرورة من ضرورات الحياة،ولا سيّما في المجتمعات المسلمة التي تأمل في مستقبل مشرق ومزدهر بالدّعوة إلى **الله** سبحانه وتعالى، وتوحيده، والعمل على تنفيذ أوامره، واجتناب نواهيه، عن طريق نقل المعلومة الصّحيحة، وتحريك مشاعر الفرد والمجتمع، بما يجب عليهم تُجَاه كتاب ربّهم، وغرس ذلك في نفوس النّاشئة منذ الصّغر، عن طريق تربيتهم التّربية الإعلاميّة الإسلاميّة الصّحيحة، ومن ثمّ أصبح تقرّبهم من القرآن سلوكًا طبيعيّا مألوفًا يسلكُه أفراد المجتمع بكلّ يُسر وسهولة».[1]

– أوّلا: الإطار النّظري للدّراسة:

1–تعريف الإذاعة (الرّاديو): عُرِّفَت الإذاعة، بأنّها «عبارة عن منظومة اتّصالات واسعة المدَى تعمل على نطاق تردّدي عالي»[2]، وهي أيضًا «وسيلة اتّصال غير مُكلفة على المتلقّي، ولا تحتاج منه إلى وقت خاصّ لتلقّي الرّسالة الاتّصاليّة مثل: الصّحف أو التّلفزيون».[3] وعليه يفهم أنّ الإذاعة، هي وسيلة إعلاميّة سهلة الوصول إلى الجمهور، وغير مكلفة له مقارنة بوسائل إعلاميّة أخرى، وبهذا أصبحت من أكثر وسائل الإعلام والاتّصال تأثيرًا في المجتمع.

2–خصائص الإذاعة:[4]

- تتميّز بالفوريّة في بثّ الأحداث والأخبار.
- سهولة وصُولها إلى جميع طبقات المجتمع، متخطيّة بذلك حاجز الأميّة، والحواجز الجغرافيّة.
- لا تتطلّب أيّ مجهود من طرف المستمع أو المتلقّي.

[1] محمّد بن حسن سبتان، تقويم أساليب تعليم القرآن الكريم وعلومه في وسائل الإعلام، بحث ضمن أعمال ندوة عناية المملكة العربيّة السّعوديّة بالقرآن الكريم وعلومه، مجمّع الملك فهد لطباعة المصحف الشّريف، المدينة المنورّة – السّعوديّة:1421هـ، د ط، ص413.

[2] طارق الشّاري، الإعلام الإذاعي، دار أسامة للنّشر والتّوزيع، عمّان –الأردن:2010م، ط01، ص49.

[3] إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنّشر والتّوزيع، عمّان – الأردن: 2012م، ط01، ص141.

[4] ينظر: محمّد منير حجاب، وسائل الاتّصال نشأتها وتطوّرها، دار الفجر للنّشر، القاهرة – مصر:2008م، د ط، ص178 وما بعدها. وينظر أيضا: "خصائص جمهور الإذاعة"، طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، مرجع سبق ذكره، ص. ص89–90.

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

- هي أقدَر وسيلة إعلاميّة، تجعل الجماهير تحسّ بقيمة خدمة مجتمعاتها.

3–تعريف الإذاعة المحليّة (الجهويّة):

يمكن أن نعرّف "الإذاعة المحليّة"، بأنّها وسيلة إعلاميّة، تقدّم خدمات متنوّعة، ذات أهداف معيّنة لمجتمع محلّي معيّن، انطلاقًا من مرجعيّاته: "الدّينيّة والثّقافيّة والسّياسيّة والاقتصاديّة...إلخ".

4–الإذاعة المحليّة: خصائصها، وأهمّيتها:

أ–تُعتبر الإذاعة المحلّيّة (الجهويّة)، من أقوى المؤسّسات الإعلاميّة، التي لها تأثير بارز في الجماهير المحليّة بحكم الآنيّة التي تتميّز بها في بثّ الأخبار والأحداث، وبحكم العلاقة التّفاعليّة التي تربطها بالجمهور المحلّي.[1]

ب–تؤدّي الإذاعة المحلّيّة، دور الوسيط الاجتماعي، عندما تقوم بنقل الانشغالات الحقيقيّة التي يُعبِّر عنها المجتمع المحلّي يوميًا.

ج–طبيعة المحتويات التي تبثّها الإذاعات المحلّيّة، نابعة من المجتمع المحلّي الذي تستهدفه، وبهذا تعكس لغته وتراثه، ونمط حياته.[2]

5– مهام الإذاعة المحلّيّة:

تتمثّل مهام الإذاعة المحلّيّة، في النّقاط التالية:

1–«مهمّة إخباريّة حول الأحداث المحلّيّة.

2–مهمّة وثائقيّة تدعيمًا وامتدادًا للتناول الإخباري للأحداث.

3–مهمّة تثقيفيّة، تربويّة وتشَارُكيّة، حول مختلف المواضيع التي تهمّ حياة المجتمع المحلّي.

4–مهمّة خدماتيّة.

5–مهمّة ترفيهيّة ومسليّة».[3]

6–تعريف البرنامج الإذاعيّ: "البرنامج الإذاعي"، هو الحصّة الإذاعيّة «التي تتناول مواضيع متنوّعة (سياسيّة، اقتصاديّة ثقافيّة اجتماعيّة، تربويّة ترفيهيّة)، سواء في شكل الإلقاء العادي للأخبار، أو في أشكال فنّيّة إعلاميّة خاصّة ومؤثّرات صوتيّة مناسبة».[4]

---

[1] ينظر: محمّد شلوش، الإذاعة الجزائريّة النّشأة والمسار، كتيّب منشور على الموقع الإلكتروني للإذاعة الثقافيّة الجزائريّة، تاريخ الإضافة: 15 ديسمبر2014م، على الرّابط التالي: https://www.radioalgerie.dz/culture/ar/، ص26، شوهد بتاريخ: 19شعبان1441ه / 12 أبريل 2020م، على السّاعة: 18:10. وللاطلاع أيضًا على "تاريخ تأسيس شبكة الإذاعات الجهويّة الجزائريّة"، ينظر: المرجع نفسه، الصّفحة نفسها.

[2] ينظر: صالح محمّد حميد، دور الإذاعات المحليّة في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنيّة، دار غيداء للنّشر، عمّان –الأردن: 1433ه/2012م، ط01، ص92.

[3] محمّد شلوش، الإذاعة الجزائريّة النّشأة والمسار، مرجع سبق ذكره، ص26.

[4] لبنى سويقات، الإعلام المحلّي وأبعاده التنمويّة في المجتمع "دراسة وصفيّة تحليليّة للخطاب الإعلامي إذاعة ورقلة الجهويّة نموذجا"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتّصال (غير منشورة)، جامعة وهران01: 2009/2010م، ص22.

– ثانيا: الإطار التّطبيقي للدّراسة:

1–تحديد عيّنة الدّراسة:

تمّ تحديد عيّنة الدّراسة في أربعة برامج تُعنَى بتعليم أحكام التّلاوة، أوّلها: برنامج "ورتّل القرآن ترتيلًا" يبثّ من إذاعة الجلفة الجهويّة، والثّاني: برنامج"اقرأ ورتّل"، تبثّه إذاعة المديّة الجهويّة، وأمّا البرنامج الثّالث، فهو :"أفواه القرآن الكريم"، الذي تبثّه إذاعة البويرة الجهويّة، وأخيرًا برنامج "أهل القرآن" الذي يبثّ من إذاعة وادي سوف الجهويّة.

2–الجانب التّعريفي للبرامج الأربعة عيّنة الدّراسة:

2–أ–برنامج: "ورتّل القرآن ترتيلًا"، يبث من إذاعة الجلفة الجهويّة.[1]

أ–اسم البرنامج: "ورتّل القرآن ترتيلًا".

ب–المدّة الزّمنيّة لبثّ لبرنامج، ما بين (43:00) و(48:00) دقيقة.

ج–طبيعة بثّ البرنامج: مباشر، ومسجّل (إعادة).

د–يوم بثّ البرنامج وتوقيته: البثّ الأوّل يوم الجمعة، من السّاعة:(11:05) إلى (12:00) صباحًا (أسبوعيًّا).

وأمّا البثّ المعاد، فهو يوم السّبت من السّاعة: (14:10) إلى (15:00)، وفي بعض الأحيان من السّاعة (16:10) إلى (17:00) مساءًا (أسبوعيًّا).

هـ–ضيف البرنامج: طلبة المدارس القرآنيّة الموجودة على مستوى إقليم ولاية الجلفة.

و–شارة بداية البرنامج ونهايته: قراءة آية قرآنيّة، يتبعها حديث نبوي، ثمّ أنشودة مدّتها أقل من دقيقتين.

2–ب–برنامج:"اقرأ ورتّل"، يبث من إذاعة المديّة الجهويّة.[2]

أ–اسم البرنامج: "اقرأ ورتّل".

ب–المدّة الزّمنيّة لبثّ البرنامج، ما بين: (43:00) و(49:00) دقيقة.

ج–طبيعة بثّ البرنامج: مباشر.

د–يوم بثّ البرنامج وتوقيته: يوم السّبت، من السّاعة: (14:10) إلى (15:00) مساءًا (أسبوعيًّا).

هـ–ضيف البرنامج: غير قار، ولكن في بعض الحلقات، يُستَضَافُ فيها أحد معلّمي القرآن بالولاية.

و–شارة بداية البرنامج ونهايته: قراءة حديث نبوي شريف، وبعده أنشودة مدّتها، ما بين (00:50) و(03:00) دقائق.

2–ج–برنامج: "أفواه القرآن الكريم"، يبث من إذاعة البويرة الجهويّة.[3]

---

[1] انطلق أوّل بثّ لها، بتاريخ:09 سبتمبر 2007م، ويقع مقرّها بمدينة الجلفة، تَبعُدُ عن العاصمة الجزائريّة، حوالي:300 كلم جنوبًا.

[2] انطلق أوّل بثّ لها، بتاريخ:22 مارس2010م، ويقع مقرّها بمدينة المديّة، تَبعُدُ عن العاصمة الجزائريّة، حوالي:88 كلم جنوبًا.

[3] انطلق أوّل بثّ لها، بتاريخ:29 ديسمبر 2008م، ويقع مقرّها بمدينة البويرة، تَبعُدُ عن العاصمة الجزائريّة، حوالي:98 كلم، في جهة الجنوب الشّرقي.

أ–اسم البرنامج: "أفواه القرآن الكريم".

ب–المدّة الزّمنيّة لبثّ لبرنامج، ما بين:(43:00) و(47:00) دقيقة.

ج–طبيعة بثّ البرنامج: مباشر.

د–يوم بثّ البرنامج وتوقيته: يوم الأحد، من السّاعة:(15:10) إلى (16:00) مساءًا (أسبوعيًّا).

هـ–ضيف البرنامج: كبار السِّن، من طلبة أحكام التّلاوة، المنتمين إلى إحدى المدارس القرآنيّة الموجودة بالولاية.

و–شارة بداية البرنامج ونهايته: أنشودة مدّتها، ما بين:(00:50) و(02:30) دقيقة.

2–د–برنامج: "أهل القرآن"، يبث من إذاعة سوف الجهويّة.[1]

أ–اسم البرنامج: "أهل القرآن".

ب–المدّة الزّمنيّة لبثّ البرنامج، ما بين: (48:00) و(50:00) دقيقة.

ج–طبيعة بثّ البرنامج: مباشر.

د–يوم بثّ البرنامج وتوقيته: يوم الجمعة، من السّاعة:(09:00) إلى (10:00) صباحًا (أسبوعيًّا).

هـ–ضيف البرنامج: القرّاء المجازون، وطلاّب المدارس القرآنيّة، الموجودة بالولاية.

و–شارة بداية البرنامج ونهايته: آية قرآنيّة، في مدّة زمنيّة، ما بين: (00:50) و(01:20) دقيقة.

3–التّحليل الكمّي والكيفي للبرامج الأربعة عيّنة الدّراسة:

<u>3–1–تحليل الفئات الخاصّة بالشّكل:</u>

– الجدول رقم (01): يوضّح نسب المساحة الزّمنية وعدد الحلقات التي بُثَّت فيها أهم فقرات كل برنامج.

البرنامج	الفقـرة	عدد الحلقات	النّسبة المئويّة	المدّة الزّمنيّة	النّسبة المئويّة
ورتّل القرآن ترتيلا	تقديم عام	10	% 100	35.53 د	% 09.79
	مراجعة المذكّرة السّابقة	10	% 100	20.89 د	% 05.75
	التّلاوة النّموذجيّة	10	% 100	31.87 د	% 08.78
	التّلاوة التّلقينيّة	10	% 100	71.56 د	% 15.63
	القراءة الجماعيّة	10	% 100	22.21 د	% 06.12
	استخراج الأحكام	04	% 40	36.74 د	% 10.12
	قراءة ضيوف الحلقة	10	% 100	140.67 د	% 38.78
	تلاوات المتّصلين	04	% 40	18.11 د	% 04.99
	التّعقيب على التّلاوات	10	% 100	------	-------
ورتّل اقرأ	تقديم عام	10	% 100	37.07 د	% 11.67

[1] انطلق أوّل بثّ لها، بتاريخ:21 نوفمبر 1996م، ويقع مقرّها بمدينة وادي سوف، تَبعُدُ عن العاصمة الجزائريّة، حوالي:630 كلم في جهة الجنوب الشّرقي.

	التّلاوة النّموذجيّة	10	% 100	د 19.04	% 05.99
	استخراج الأحكام	10	% 100	د 50.7	% 15.97
	تلاوات المتّصلين	10	% 100	د 111.86	% 35.24
	التّعقيب على التّلاوات	10	% 100	------	-------
	دراسة حكم تلاوة	07	% 70	د 40.97	% 12.9
	تاريخ الكتابة القرآنيّة ونشأة علم القراءات	06	% 60	د 57.75	% 18.19
أفواه القرآن الكريم	تقديم عام	10	% 100	د 27.54	% 13.24
	التّلاوة النّموذجيّة (بالتّلقين)	09	% 90	د 34.37	% 16.35
	تلاوة ضيوف الحلقة	06	% 60	د 17.77	% 08.54
	استخراج الأحكام	02	% 20	د 09.82	% 04.72
	تلاوات المتّصلين	10	% 100	د 64.37	% 30.96
	كلام عن فضل تعلّم القرآن الكريم	06	% 60	د 54.01	% 25.98
	التّعقيب على التّلاوات	09	% 100	------	-------
أهل القرآن	تقديم عام	10	% 100	د 34.54	% 13.15
	التّلاوة النّموذجيّة	10	% 100	د 16.25	% 06.18
	التّلاوة التّلقينيّة	08	% 80	د 20.47	% 07.79
	استخراج الأحكام	10	% 100	د 158.1	% 60.21
	تلاوات ضيوف الحلقة	07	% 70	د 33.2	% 12.64
	تلاوات المتّصلين	09	% 90	د 71.48	% 27.22
	التّعقيب على التّلاوات	10	%100	------	-------
	عرض تجربة مهتمّة بالرّسم القرآني	01	% 10	د 10.57	% 03.06

– **قراءة الجدول:**

يُقرأ من الجدول هذا،مدَى التزام البرامج –عيّنة الدّراسة– بفقرات (أركان) معيّنة في كل حلقة إذ يُلاحَظُ وجود بعض الفقرات في كامل البرامج، وبنسبة حضور بلغت (100%)، مثل: فقرات "التّقديم والتّلاوة النّموذجيّة والتّعقيب على التّلاوات"، كما ظهرت كل من فقرتَي التّلاوة التّلقينيّة وتلاوة ضيوف الحلقة، بنسب متفاوتة في ثلاثة برامج، هي: برنامج "ورتّل القرآن ترتيلًا" بنسبة (100%) لكل فقرة،وبرنامج "أفواه القرآن الكريم" بنسبة (90%) للفقرة الأولى، و(60%) للفقرة الثانية، وبرنامج "أهل القرآن" بنسبة (80%) للفقرة الأولى، ونسبة (70%) للفقرة الثانية، فيما غابت الفقرتان معًا، على برنامج "اقرأ ورتّل"؛حيث يكمن هذا الاختلاف في طبيعة كل برنامج وخصوصيّته.

وفي المقابل نجد أنّ، فقرتَي استخراج الأحكام واستقبال تلاوات المتّصلين، قد تباينت نسب ظهورها هي الأخرى من برنامج لآخر؛ إذ بلغت فقرة استخراج الأحكام نسبة (100%) في برنامَجَي "اقرأ ورتّل" و"أهل القرآن"، وبدرجة أقل منهما في برنامَجَي "ورتّل القرآن ترتيلًا" و"أفواه القرآن" بنسبة (40%) في الأوّل و(20%) في الثّاني.

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

وأمّا فقرة استقبال تلاوات المتّصلين، فقد بلغت نسبة (100%)، في برنامجي "اقرأ ورتّل" و"أفواه القرآن" فيما بلغت نسبة (40%) في برنامج "ورتّل القرآن ترتيلًا"، ونسبة (90%) في برنامج "أهل القرآن".

كما نجد أنّ كل برنامج، قد انفرد بفقرات خاصّة به، مثل فقرتَي مراجعة المذكرة القرآنيّة السّابقة والقراءة الجماعيّة في برنامج "ورتّل القرآن ترتيلًا"، وفقرتَي دراسة حكم من أحكام التّلاوة، وتاريخ الكتابة القرآنيّة، ونشأة علم القراءات اختصّ بهما برنامج "اقرأ ورتّل"، كما توجد فقرة الكلام عن فضل تعلّم القرآن في برنامج "أفواه القرآن"، ونجد أيضًا فقرة عرض تجربة مهتمّة بالرّسم القرآني، قد انفرد بها برنامج "أهل القرآن"؛ ويبقى مدى حضور كل فقرة في برنامج معيّن، هو المتحكّم في مجموع مدّتها الزّمنيّة.

وكذلك نُشير إلى أنّنا غيَّبنا حساب المدّة الزّمنيّة لفقرة التّعقيب على التّلاوات في كامل البرامج؛ لحضور هذه الفقرة طيلة بثّ الحلقة، وبالتّالي تتداخل تقريبًا مع باقي الفقرات الأخرى؛ ممّا يصعّب من الوصول إلى تحديد دقيق لمساحتها الزّمنيّة.

– الجدول رقم (02): يمثّل طبيعة لغة (التّخاطب/التّواصل) المستعملة في البرامج عيّنة الدّراسة.

البرنامج / اللّغة المستعملة	ورتّل القرآن ترتيلا		اقرأ ورتّل		أفواه القرآن الكريم		أهل القرآن	
	التّكرار	النّسبة (%)	التّكرار	النّسبة (%)	التّكرار	النّسبة (%)	التّكرار	النّسبة (%)
فصيحة	263	% 91.95	197	% 54.12	110	% 31.51	150	% 75
عاميّة	21	% 07.34	159	% 43.68	188	% 53.86	50	% 25
أمازيغيّة	00	% 00	00	% 00	14	% 04.01	00	% 00
أجنبيّة	02	% 00.69	08	% 02.19	29	% 08.3	00	% 00
متداخلة	00	% 00	00	% 00	08	% 02.29	00	% 00
المجموع	286	%100	364	%100	349	%100	200	%100

– قراءة الجدول:

يوضّح الجدول هذا، نوعيّة اللّغة المستعملة في كل برنامج؛ حيث طغت العربيّة الفصحى على كل البرامج بنسب متقاربة؛ حيث بلغت نسبة (91.95%) في برنامج "ورتّل القرآن ترتيلًا"، ونسبة (75%) في برنامج "أهل القرآن"، ونسبة (54.12%) في برنامج "اقرأ ورتّل"، ثمّ برنامج "أفواه القرآن" بنسبة أقل، وهي (31.51%).

وتليها العاميّة هي الأخرى بنسب متفاوتة من برنامج لآخر؛ حيث بلغت نسبة (53.86%) في برنامج "أفواه القرآن"، و(43.68%) في برنامج "اقرأ ورتّل"، ونسبة (25%) في برنامج "أهل القرآن"، و(07.34%) في برنامج "ورتّل القرآن ترتيلًا".

وبالنّسبة إلى مدى حضور اللّغة الأمازيغيّة في البرامج، عيّنة الدّراسة، نجد أنّه قد انفرد بها برنامج "أفواه القرآن" بنسبة (04.01%)؛ نظرًا لخصوصيّة المنطقة التي يبثّ منها هذا البرنامج فهي منطقة تتميّز بتركيبة سكّانيّة، تمثل مزيجًا بين العرب والأمازيغ.

وأمّا عن اللّغة الأجنبيّة، فهي موجودة في البرامج الأربعة، بنسب طفيفة، تمثّلت بـ (08.30%) في برنامج "أفواه القرآن"، و(02.19%) في برنامج "اقرأ ورتّل"، وبنسبة (0.69%) في برنامج "ورتّل القرآن ترتيلًا"، فيما انعدمت في برنامج "أهل القرآن".

وفي الأخير نجد أنّ اللّغة المتداخلة (الهجينة)، تحضر في برنامج "أفواه القرآن" بنسبة (02.29%)، وتغيب في البرامج الثّلاثة الأخرى.

3-2-تحليل الفئات الخاصّة بالمضمون:

– الجدول رقم (03): يوضّح (معدّل/جنس) المتّصلين بكل برنامج.

البرنامج / الجنس	ورتّل القرآن ترتيلا		اقرأ ورتّل		أفواه القرآن الكريم		أهل القرآن	
	التّكرار	ن (%)	التّكرار	ن (%)	التّكرار	ن (%)	التّكرار	ن (%)
ذكور	02	% 28.57	08	% 15.38	07	% 14.28	31	% 58.64
إناث	05	% 71.42	44	% 84.61	42	% 85.71	17	% 41.35
المجموع	07	% 100	52	% 100	49	% 100	48	% 100

– قراءة الجدول:

يُلاحَظُ من الجدول هذا، وجود تفاوت في نسب المتّصلين بالبرامج الأربعة، موزّعة بين الجنسين (ذكور و(إناث)؛ إذ بلغت مشاركة الذّكور في برنامج "ورتّل القرآن ترتيلًا" نسبة (28.57%)، ونسبة (71.42%) لدَى الإناث، فيما وصلت مشاركة الذّكور في برنامج "اقرأ ورتّل" نسبة (15.38%)، ونسبة مشاركة الإناث (84.61%)، بينما بلغت نسبة المشاركة عند الذّكور في برنامج "أفواه القرآن" (14.28%)، ونسبة (85.71%) عند الإناث، وأمّا عن برنامج "أهل القرآن" فقد وصلت فيه نسبة مشاركة الذّكور إلى (58.64%)، ونسبة (41.35%) عند الإناث.

ويُلاحَظُ أيضا، أنّ نسبة مشاركة الإناث قد تغلّبت على نسبة مشاركة الذّكور، بفارق كبير في البرامج الثّلاثة الأولى؛ بينما حدث العكس في البرنامج الرّابع، ولكن بفارق طفيف.

– الجدول رقم (04): يوضّح معدّل التّلاوات الفرديّة (حاضرون)، في كل برنامج، بحسب الجنس.

البرنامج / الجنس	ورتّل القرآن ترتيلا		اقرأ ورتّل		أفواه القرآن الكريم		أهل القرآن	
	التّكرار	ن (%)	التّكرار	ن (%)	التّكرار	ن (%)	التّكرار	ن (%)
ذكور	54	% 68.35	00	%00	08	% 100	17	% 85
إناث	25	% 31.64	00	% 00	00	% 00	03	% 15
المجموع	79	% 100	00	%00	08	%100	20	%100

– قراءة الجدول:

من خلال قراءة فاحصة لهذا الجدول، تبيّن لنا، أنّ نسبة تلاوات الذّكور الذين حضروا إلى مقرّات البرامج الأربعة، قد تغلّبت على نسبة تلاوات الإناث بكثير، وذلك في برنامجين، هما برنامج "ورتّل القرآن ترتيلًا" بنسبة (68.35%) لدى الذّكور، ونسبة (31.64%) عند الإناث، وبرنامج "أهل القرآن" بنسبة (85%) عند الذّكور ونسبة (15%) عند الإناث.

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

وتظهر نسبة تلاوة الحضور عند الرّجال (100%) بتكرار (08 مرّات) فقط في برنامج "أفواه القرآن" وينعدم الحضور عند الإناث؛ أي بنسبة (00%)، وتلاحظ نسبة تلاوة الحضور عند الجنسين معًا، في برنامج "اقرأ ورتّل" بنسبة (00%)، وهذا الأمر مردّه إلى خصوصيّة كل برنامج، وطريقته في تسيير فقراته.

– الجدول رقم (05): يوضّح معدّل التّلاوات الفرديّة (متّصلون)، في كل برنامج، بحسب الجنس.

البرنامج / الجنس	ورتّل القرآن ترتيلًا		اقرأ ورتّل		أفواه القرآن الكريم		أهل القرآن	
	التّكرار	ن (%)	التّكرار	ن (%)	التّكرار	ن (%)	التّكرار	ن (%)
ذكور	02	% 28.57	08	% 15.38	05	% 10.86	31	% 64.58
إناث	05	% 71.42	44	% 84.61	41	% 89.13	17	% 35.41
المجموع	07	% 100	52	% 00	46	% 100	48	% 100

– قراءة الجدول:

يظهر في الجدول هذا،أنّ نسبة تلاوات الذّكور الذين اتّصلوا بالبرامج الأربعة،أقل نسبة من تلاوات الإناث وذلك في ثلاثة برامج– أي عكس ما حدث في الجدول السّابق–؛ففي برنامج "ورتّل القرآن ترتيلًا" نجد أنّ نسبة التّلاوة لدى الذّكور وصلت إلى (28.57%)،ونسبة (71.42%) عند الإناث، ثم برنامج "اقرأ ورتّل" بنسبة (15.38%) عند الذّكور، ونسبة (84.61%) لدى الإناث، ويليه برنامج "أفواه القرآن" بنسبة (10.86%) لدى الذّكور، و(89.13%) عند الإناث، وأمّا برنامج "أهل القرآن"، فقد بقي على الوتيرة نفسها؛أي تغلّبت نسبة التّلاوة لدى الذكور بـ (64.85%) على نسبة التّلاوة عند الإناث، وهي (35.41%).

– الخاتمة:

تضمّنت خاتمة بحثنا، مجموعة من النّتائج والمقترحات، لخّصناها في النّقاط الآتية:

أ–نتائج الدّراسة:

1–لقد بذلت الإذاعات المحليّة الجزائريّة جهودًا لا بأس بها، في سبيل خدمة القرآن الكريم وعلومه وهذا ما اكتشفته الدّراسة، من خلال تسليطها الضّوء على برامج أحكام التّلاوة فقط.

2–وُفِّقَت البرامج عيّنة الدّراسة إلى حَدٍّ ما، في اختيار أسماء لها، عندما اقتبست من القرآن الكريم والحديث النّبوي الشّريف.

3–اشتراك البرامج الأربعة في كثير من الفقرات، بالإضافة إلى تميّز كل برنامج بفقرة خاصّة به وهذا ما يعكس اشتراكها في التّخطيط والأهداف، وكذا خصوصيّة علاقاتها بمجتمعاتها المحليّة.

4–تفاعل الجمهور الأنثوي مع البرامج المدروسة، تغلّب في كثير من الأحيان على الجمهور الذّكوري.

5–لمست الدّراسة، وجود تفاعل لدى الأطفال مع هذا النّوع من البرامج، إمّا بالحضور الشّخصي وإمّا بالاتّصال الهاتفي.

6–توظيف العربيّة الفصيحة المبسّطة أثناء التّخاطب، أسهم في توفير التّفاعل والتّناسق مع طبيعة العلم الذي يقدَّم.

7–الإذاعة المحليّة، من أبرز الوسائل الإعلاميّة تأثيرًا في الجماهير المحليّة، ولهذا يعوّل عليها كثيرًا في تقريب القرآن الكريم وعلومه من تلك الجماهير.

ب–مقترحات الدّراسة:

1–البرامج التي تُبثّ مرّة واحدة في الأسبوع غير كافية، على الأقل إعادة بثّها مسجّلة؛ كي يتسنّى للمتعلّم المتتبّع لها استدراك ما فاته على المباشر، كما تزيد من إمكانيّة تعزيز المعلومة، والتّقليل من الأخطاء.

2–الإكثار من عرض التّجارب القرآنيّة النّاجحة في ميدان إتقان أحكام التّلاوة، وبالأخصّ عند الأطفال؛ فهي عامل تحفيزي مهمّ بالنّسبة لهم، ولعائلاتهم.

3–دراسة هذا الموضوع في بحث أكاديمي موسّع (رسالة ماستر، أو ماجستير، أو أطروحة دكتوراه) بالنّسبة لطلبة الإعلام والاتّصال؛ بحيث تكون الدّراسة قائمة على البحث الميداني مع توسيع العيّنة.

4–على مقدّمي هذا النوّع من البرامج، أن يركزّوا على احتياجات الجمهور المحلّي، بجدّية أكثر تكون قائمة على دراسات أكاديميّة، وليس بطرح الأسئلة الشّفهيّة فقط.

5–تكوين مُعدِّي ومُقدِّمي البرامج التي تُعنَى بالقرآن وعلومه عمومًا، والتّي تُعنَى بتعليم أحكام التّلاوة خصوصًا.

6–ضرورة استشارة الباحثين والمهتمّين بعلم القراءات والتّجويد، والمهتمّين بالطرائق التّعليميّة الحديثة، من أجل الاستفادة من أبحاثهم وخبراتهم؛ ممّا ينعكس إيجابًا على الأهداف التي ترجوها هذه الأنواع من البرامج الإذاعيّة.

7–الاحتكاك بالخبرات الدّوليّة التي لها تجارب رائدة في الميدان هذا، وبشكل خاصّ ذات البث المرئي منها.

وفي الأخير هذا ما تيسّر لنا إعداده، وتهيّأ لنا إيراده، والصّلاة والسّلام على محمّد وعلى آله وأصحابه، وآخر دعوانا أن الحمد لله ربّ العالمين.

***قائمة المراجع:**

1–إسماعيل سلمان أبو جلال (2012م)،الإذاعة ودورها في الوعي الأمني،ط01،دار أسامة للنّشر والتّوزيع،عمّان – الأردن.

2–صالح محمّد حميد (1433هـ/2012م)، دور الإذاعات المحليّة في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنيّة، ط01، دار غيداء للنّشر، عمّان – الأردن.

3–طارق الشّاري (2010م)، الإعلام الإذاعي، ط01، دار أسامة للنّشر والتّوزيع، عمّان – الأردن.

4–لبنى سويقات (2009/2010م)، الإعلام المحلّي وأبعاده التنمويّة في المجتمع "دراسة وصفيّة تحليليّة للخطاب الإعلامي إذاعة ورقلة الجهويّة نموذجا"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتّصال (غير منشورة)، قسم الإعلام والاتّصال، كلّية العلوم الاجتماعيّة، جامعة وهران01.

5–محمّد بن حسن سبتان (1421هـ)، تقويم أساليب تعليم القرآن الكريم وعلومه في وسائل الإعلام بحث ضمن أعمال ندوة عناية المملكة العربيّة السّعوديّة بالقرآن الكريم وعلومه،مجمّع الملك فهد لطباعة المصحف الشّريف،المدينة المنورّة – السّعوديّة.

6–محمّد شلوش (2014م)، الإذاعة الجزائريّة النّشأة والمسار، كتيب منشور على الموقع الإلكتروني للإذاعة الثقافيّة الجزائريّة، على الرّابط التالي:https://www.radioalgerie.dz/culture/ar/ شوهد بتاريخ:19شعبان1441هـ/12أبريل2020م،على السّاعة:18:10.

7–محمّد منير حجاب (2008م)، وسائل الاتّصال نشأتها وتطوّرها، د ط، دار الفجر للنّشر، القاهرة – مصر.

تطور حرية الإعلام التونسي... الواقع والآفاق

The evolution of Tunisan media freedom... reality and prospects

رشيدي عادل

باحث بسلك الدكتوراه, جامعة محمد بن عبد اللّه, كلية العلوم القانونية بفاس

ملخص

تعتبر حرية الإعلام وحرية الصحافة كوسيلة اتصال جماهيري منذ ظهورها وإلى يومنا هذا، من أهم الحريات التي ساهمت في حماية حقوق الإنسان والحريات الأساسية الأخرى، وكذا تكريس مبادئ الديمقراطية. فحرية الإعلام تعتبر ضمانة أساسية تساعد الفرد على تحقيق ذاته، كما تساهم في الكشف عن الحقائق ودعم قدرة المواطنين على المشاركة في مجتمع ديمقراطي.

وتهدف دراستنا، إلى دراسة حرية الإعلام والصحافة في دول المغرب العربي، تونس نموذجا، حيث تأسست الصحافة منذ القرن التاسع عشر من خلال ظهور البوادر الأولى للطباعة، لتساهم في ظهور الصحافة المكتوبة، لتتأثر فيما بعد، كباقي دول المغرب العربي بالقوانين الاستعمارية لحرية الإعلام، لتعمل فيما بعد حركة التحرير الوطني في فرض إعلام تونسي ليبرالي وكرسته في السنوات الاولى من الاستقلال.

غير أن السلطات السياسية ستقوم بقص أجنحة هذه الليبرالية بإصدار مجموعة من القوانين التي تعيق ممارسة صحافة حرة. وهكذا شهدت الصحافة مدا وجزرا إلى ما بعد ثورة الربيع العربي التي انطلقت من تونس، لتعرف معها الصحافة التونسية محاولة إعادة أمجاد ليبرالية الصحافة من خلال إصلاحات قانونية ومؤسساتية وسياسية.

Abstract

Freedom of the media and freedom of the press as a means of mass communication, from its inception to the present day, are among the most important freedoms that have contributed to the protection of human rights and other fundamental freedoms, as well as the consolidation of the principles of democracy. Media freedom is a fundamental guarantee that helps the individual achieve his or her self. It also contributes to revealing facts and supports citizens' ability to participate in a democratic society.

Our study aims to study the freedom of the media and the press in the countries of the Maghreb, Tunisia as a model, as the press was established since the nineteenth century through the emergence of the first signs of printing, to contribute to the emergence of the written press, to be affected later, like the rest of the Arab Maghreb countries, by the colonial laws of media freedom, to work Later, the national liberation movement to impose a liberal Tunisian media and consecrated it in the first years of independence.

However, the political authorities will cut the wings of this liberalism by issuing a set of laws that impede the practice of a free press. Thus, the press witnessed a wave and ebb and flow beyond the Arab Spring revolution that started in Tunisia, so that the Tunisian press became familiar with the attempt to restore the glories of liberalism in the press through legal, institutional and political reforms.

مقدمة

يعتبر الحق في حرية التعبير والحق في حرية الإعلام أحد أهم الحقوق الأساسية للإنسان، والذي تتجسد فيه الديمقراطية بأبهى الصور، حيث تتمكن من خلاله العامة من المشاركة في صنع القرار السياسي. كما يشكل الحق في الاطلاع على الأفكار والآراء عبر مختلف المنابر الإعلامية حقا من الحقوق الأساسية لكل إنسان التي تساعده على المشاركة في مجتمع ديمقراطي.[1] بحيث قد يذهب إلى القول إلى أنه لا يمكن تصور قيام نظام ديمقراطي دون احترام حرية الرأي والتعبير، باعتبارها الاساس الفلسفي والسياسي لحرية الإعلام والحق فيه.

إن الحق في الإعلام يرتبط بحق الفرد والجماعات في التعبير عن آراءهم، وكذا الحصول على المعلومات، التي لها علاقة تأثير وتأثر. فهي من جهة تؤثر في حياتهم اليومية، ومن جهة أخرى تمنحهم حق التأثير في القيادات السياسية والاجتماعية، والتي من شأنها خدمة المصالح العامة والمشتركة.[2] حيث إن العلاقة بين النظام السياسي وكذا النظام الإعلامي هي علاقة تأثير متبادل. إلا أن درجة هذا التأثير تختلف بين الطرفين من نظام لآخر. وذلك وفق درجة الديمقراطية التي يتميز بها كل نظام سياسي، وكذا درجة الحرية المتاحة للإعلام في معالجتها لمختلف القضايا سواء الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية.[3] فقيام نظام الإعلام بأدواره يفرض وجود تفاعل دائم بين هذا النظام والنظام السياسي والذي يكون أساسه الديمقراطية.

وبالرجوع إلى الوطن العربي، فغالبا ما كانت الصحافة وحرية الإعلام أداة للحكومة لتحقيق أهدافها ومصالحها السياسية. وبهذا فالصحافة العربية لا تقوم بدورها الحقيقي والحيوي، وبالتالي لا تستطيع نقل الاحداث والوقائع السياسية بكل مصداقية، حيث أن كل نظام إعلامي لابد من أن يتوافق عضويا مع نظامه السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي.[4]

والدول المغاربية ومنها تونس كجزء من الوطن العربي شهدت فيما مضى انزلاقا ملحوظا خلال السنوات الماضية نحو عدم الاستقرار في المجال الإعلامي، إلا أنه منذ 2011 فقد عرفت المنطقة المغاربية تحقيق مكاسب كبيرة والتي كانت وراءها الأوساط الإعلامية والمجتمع المدني، حيث تم الاعتراف في دول المغرب العربي بضمانات دستورية وقانونية جديدة لحرية التعبير والإعلام.[5]

---

[1]- عصام الدين محمد حسن، سمات المشهد الإعلامي الراهن، الإعلام في العالم العربي بين التحرير وإعادة انتاج الهيمنة، دراسة في البت الإعلامي في الأردن ومصر والمغرب، مركز القاهرة لدراسة حقوق الانسان، سلسلة قصايا الإصلاح (15)، ص14.

[2]- راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1991، ص 27.

[3]- احمد قران الزهراني، السلطة السياسية الإعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة أطروحات الدكتوراه 113، بيروت، فبراير 2015، ص 113.

[4]- ثناء فؤاد عبد الله، آليات التغيير الديمقراطي في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، يناير 1997، ص 315.

[5]- عبد العزيز النويضي وآخرون، حرية التعبير في الدول المغاربية: تنافر بين النصوص القانونية والممارسة القضائية، المنظمة الدولية لدعم الإعلام، فبراير 2018، ص 4.

ونهدف من خلال هذه الدراسة إلى البحث في الواقع القانوني لحرية الإعلام في تونس، والظروف السياسية والتاريخية التي أثرت فيه. وبالرجوع إلى الخلفية التاريخية من أجل دراسة الإعلام التونسي، يتبين لنا مدى ارتباط واقع الإعلام بشكل لا لبس فيه بما كان يطرحه القانون في تونس آنذاك من انغلاق أو من انفتاح أو ليبرالية وتعددية كما هو مطور إلى يومنا هذا. وأيضا خلال فترة ظهور النظام العالمي الجديد وظهور مفاهيم مرتبطة بهذا النظام كالديمقراطية والليبرالية الجديدة وحقوق الإنسان...، وأخيرا فترة ما بعد الربيع العربي.

ومن هنا تطرح إشكالية مهمة همت مجال الإعلام بتونس، إذ عرفت هذه الأخيرة، على غرار الدول المغاربية خاصة والدول العربية عامة، تطورات جد مهمة منذ الاستقلال وإلى غاية ما بعد الربيع العربي مع بداية العقد الثاني من الألفية الثالثة، أثرت بشكل كبير على الإعلام التونسي، الذي عرف طوال هذه الحقب مدا وجزرا في مستوى ليبراليته وتعدديته. وهو ما يطرح معه عدة تساؤلات سنحاول الإجابة عنها من خلال هذه الدراسة:

- هل عانى الإعلام التونسي مما عانى منه الإعلام المغاربي من تبيعة؟
- هل هناك قيود على حرية التعبير في تونس؟
- ما هي التطورات التي عرفتها حرية التعبير بعد الاستقلال وبعد الربيع العربي؟
- ما مدى ليبرالية القوانين التي عرفها الإعلام التونسي منذ أول قانون غداه الاستقلال، وإلى غاية آخر قانون بعد ثورة الياسمين؟

للإجابة عن هذه التساؤلات سنعمل على تقسيم موضوعنا إلى مبحثين: نخصص الأول للتطور التشريعي التونسي للإعلام. تم نخصص الثاني للإعلام المغاربي ما بعد ثورات الربيع العربي.

المبحث الأول: التطور التشريعي التونسي للإعلام

تعتبر حرية الرأي والتعبير من أقدس القيم الانسانية، ومن أكثر الموضوعات التي حظيت بمناقشات ومداولات واسعة لدى المفكرين والساسة. وهي ركيزة أساسية من ركائز النظم الديمقراطية، بل إن العلاقة بين حرية التعبير والديمقراطية هي علاقة تلازم، حيث لا يمكن تصور نظام ديمقراطي في غياب حرية التعبير.[1] كما ارتبط ظهور الديمقراطية وتطورها بتطور حرية التعبير وكذا تطور وسائل الإعلام.

وبالرجوع إلى التشريع التونسي للإعلام، فقد مر هذا الأخير، منذ ظهور أول قواعده خلال القرن 19، بالعديد من المحطات. وقد صيغت بعض المبادئ التي لازالت مستمرة إلى حد الآن، حيث أن بعض الدول المغاربية عملت على وضع قانون ينظم الإعلام المكتوب قبل أن تقع تحت سلطة الحماية الفرنسية.

[1]– مذكرة حول حرية التعبير وحرية الصحافة، جمعية عدالة، ص 4.

وهو ما عرفه النموذج التونسي الذي عرف قوانين الإعلام المسموع منذ 1907، ما يؤكد واقع قائم على التعددية.[1]

المطلب الأول: التطور التاريخي للتشريع الإعلامي لحرية الإعلام بتونس

بداية قد نطرح تساؤلا حول سبب الرجوع إلى الخلفية التاريخية من أجل دراسة التشريع القانوني للإعلام التونسي؟ وأي علاقة بين هذه الخلفية والواقع القانوني للإعلام؟ فالجواب عن هذا التساؤل سيجعلنا نؤكد أن الفهم الصحيح للواقع القانوني للإعلام التونسي كما نعرفه اليوم لن يكون متاحا لولا استحضار كل القوانين التي عرفتها المنطقة من خلال الفترة السابقة عن الاستقلال، أو تلك التي تم وضعها خلال السنوات الأولى للاستقلال.[2]

الفقرة الأولى: الإعلام التونسي قبل فترة الاستعمار

إن الصحافة التونسية لم تكن وليدة الأمس القريب، حيث ظهرت بوادر الصحافة المكتوبة منذ القرن 18، الفترة التي عرفت ضعف الإمبراطورية العثمانية وأصبحت تونس تعرف حكما ذاتيا. ونظرا لتواجد جاليات أوروبية تقطن هذا البلد، حيث كانت تتمتع بامتيازات على غرار باقي الجاليات الأوروبية في سائر الولايات العثمانية.[3] وقد عمل أفراد الجالية الإيطالية آنذاك على إصدار سنة 1838 صحيفة "جورنال دي تونيزي ودي كارطاجيني" وهي جريدة ناطقة باللغة الإيطالية. كما صدرت فيما بعد صحيفة "أيل كوربيه دي تونيزيه" أي بريد تونس والتي ظلت تصدر لغاية 1881.[4]

في حين سمحت الحكومة الفرنسية لأحد التجار الإنجليز بفتح مطبعة بمدينة تونس، وأن يقوم من خلالها بإصدار جريدة بالعربية والإيطالية سنة 1859، وتختص بالأخبار التجارية وبخلاصات لما تنشره مطبوعات أخرى، مع تجنب نشر المواضيع المتعلقة بالسياسة. وفي سنة 1860 صدرت صحيفة "**الرائد التونسي**" باعتبارها أول صحيفة تونسية رسمية صدرت في ولاية عثمانية بعد صحيفة "**الوقائع المصرية**" الصادرة في القاهرة سنة 1828 على يد محمد علي، وهو ما يظهر ان تونس كانت من السباقين عربيا في إصدار صحف.

وكما كان في سائر البلدان العربية التي عانت من تكالب أطماع الدول الاستعمارية عليها، فقد عرفت تونس تنافس تلك الدول عليها. وهو ما يظهر من خلال إصدار الإيطاليون المقيمون بها صحفا هاجمت أطماع الفرنسيين في هذا القطر. كما تم استخدام بعض اللبنانيين من أجل إصدار صحيفة عربية تحت

---

[1]– علي كريمي، قوانين الإعلام المكتوب في دول المغرب العربي الواقع والتحديات، منشورات المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة – ايسيسكو– 2011، ص 21.

[2]– علي كريمي، قوانين الإعلام المكتوب في دول المغرب العربي الواقع والتحديات، مرجع سابق، ص 11.

[3]– عبد العزيز شرف، الجغرافية الصحفية وتاريخ الصحافة العربية، عالم الكتب نشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2004 ص 189.

[4]– خليل صابات، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط6، مكتبة الأنجلو–مصرية، القاهرة، 1991، ص 35.

اسم "**المستقبل**"، وكان أول صدور لها سنة 1880، إلا أنها لم تدم طويلا، حيث ظلت الصحف ممنوعة من النشر خلال المرحلة الأولى من دخول تونس تحت الحماية الفرنسية بعد معاهدة باردو سنة 1881.[1]

الفقرة الثانية: الإعلام التونسي خلال مرحلة الاستعمار

مع دخول تونس تحت سلطة الاستعمار، حاولت فرنسا إصدار جرائد ناطقة بلسانها، حيث أصدرت أول جريدة رسمية لها في هذه المرحلة سنة 1883، وهي جريدة ناطقة باللغة الفرنسية إلى جانب جريدة "الرائد التونسي".[2] في حين أصدرت أول جريدة غير رسمية سنة 1884 تحمل اسم "تونيس جورنال" والتي كانت تدافع عن مصالح الجالية الفرنسية بتونس ضد الحكومة الفرنسية.[3] في المقابل عمل الاستعمار الفرنسي على إصدار صحف عربية ناطقة باسمها، حيث أنشأ سنة 1887 صحيفة أسبوعية باسم "نتائج الأخبار" دامت لمدة سنتين، لينشئ الاستعمار سنة 1893 صحيفة "البصيرة" مستعينا بصحفيين لبنانيين، لكن بدورها توقفت عن الصدور سنة 1897، ليقوم مجموعة من الشباب التونسي بإنشاء صحيفة أسبوعية تحمل اسم "الحاضرة" خلال سنة 1888 كأول تجربة عربية تونسية، والتي دامت إلى غاية 1910، هذه الأسبوعية التي كانت متبوعة بأول جريدة يومية تونسية باسم "الزهرة".

وهكذا فقد توالى صدور مجموعة من الصحف التونسية، إذ ظهرت صحف وطنية لمناضلي الحركة الوطنية بخطاب سياسي هادف، مطالبة باستعادة السيادة الوطنية والتخلص من الاستعمار.[4] حيث حاول هذا الأخير إلغاء ثقافة تونس كما هو الشأن بالنسبة لجميع الدول المستعمرة. وقامت فرنسا في مجال الصحافة على تطبيق آليتين قانونيتين مختلفتين، الأولى منفتحة وحرة لصالح الأجانب. والثانية، منغلقة وقمعية ومقيدة لصالح التونسيين، كما هو الشأن بالنسبة للتشريعات التي وضعتها فرنسا في كل من الجزائر والمغرب، وقامت بإدخال تعديلات لتقييد حرية الصحافة الوطنية تحت ذريعة جعل البلاد في وضعية منسجمة مع متطلبات الإقامة الفرنسية.

إن وعي الحركة الوطنية التونسية بالممارسات الاستبدادية للمستعمر الفرنسي، دفع الحركة للمطالبة بإشراك التونسيين في تسيير شؤونهم، كما أسست نخبة من المثقفين التونسيين بقيادة عبد العزيز الثعالبي الحزب الحر الدستوري التونسي. وكان لهذا التأسيس دورا مهما في الإعلام التونسي باعتباره الوسيلة التي من خلالها عملت الحركة الوطنية على نشر مطالبها بالاستقلال والدفاع عن السيادة الوطنية، وذلك من خلال مجموعة من الصحف منها جريدة "اليوم" و"افريقيا الفتاة' و"الشباب" والتي كانت مدعومة من ألمانيا

---

[1]– إلياس طلحة، تاريخ الصحافة المكتوبة في بلدان شمال افريقيا (ليبيا، تونس، الجزائر، المغرب)، مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر، العدد 14، يونيو 2017، ص 178.

[2]– علي كريمي، قوانين الإعلام المكتوب في دول المغرب العربي الواقع والتحديات، مرجع سابق، ص 27.

[3]– خليل صابات، مرجع سابق، ص 193.

[4]– رنا العاشوري، التجربة الديمقراطية في تونس: هاجس متأصل ومسار متعثر، المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد 434، ابريل 2015، ص 152.

التي حاولت احتلال تونس خلال 1942 و1943 وذلك ضدا في فرنسا. إلا أن هذه الصحف توقفت عن الصدور بعد انسحاب قوات المحور من تونس في ماي 1943، ليتم إصدار جريدة يومية جديدة اسمها "الأخبار" غير أنها لم تدم طويلا.[1]

إلا أن الصحافة التونسية خلال فترة الاستعمار لم تقف على هذا الحد، حيث ظهرت خلال الفترة الممتدة منذ سنة 1945 وإلى غاية الاستقلال مجموعة من الصحف أغلبها ناطقة باللغة الفرنسية على حساب اللغة العربية نظرا لتكوين الأطر التونسية باللغة الفرنسة. وبهذا فإن ما يمكن ملاحظته هو عدد الصحف الصادرة في تونس خلال فترة الاستعمار، ما يدل على الوعي السياسي للحركة الوطنية التي حاولت من خلال حقها في الإعلام خاصة الصحافة المكتوبة على المطالبة باستقلال تونس.

المطلب الثاني: التطور التشريعي للإعلام بتونس ما بعد الاستعمار

كأي دولة من دول المغرب العربي الخارجة من الاستعمار، فقد تأثر الإعلام التونسي بمجموعة من العوامل التي جعلت منه إعلاما ليبراليا، حيث أن قانون الصحافة التونسي وضع في مناخ سياسي مندفع نحو الطموح الديمقراطي، إذ اتخذت الدولة الوطنية التونسية منذ السنوات الأولى للاستقلال مبادرات نوعية من أجل التأسيس لنظام ديمقراطي يعيد السيادة للشعب، وفي إطار النضال من أجل الحرية والاستقلال،[2] وإن كان هذا التأسيس قد تم في مناخ متوتر بسبب الخلاف الحاد الذي نشأ بين بورقيبة رئيس الحزب الدستوري الجديد وصالح بن يوسف الأمين العام لنفس الحزب بشأن اتفاقيات الاستقلال الداخلي، ولئن حسم هذا الأمر لفائدة الجناح البورقيبي بعد أن خلف ضحايا كثر من الطرفين وانقساما عميقا في المجتمع التونسي فقد ظل لهذا التناحر آثارا سلبية في الوحدة الوطنية، وطالت تبعاته لمدة طويلة التحول الديمقراطي بتونس. فهل كان لهذا الأخير الأثر على حرية الإعلام التونسي؟

الفقرة الأولى: التشريع التونسي للإعلام الصادر بعد الاستقلال

إن الإعلام التونسي كغيره من إعلام الدول المغاربية، كان محكوما خلال الفترة الاستعمارية بتشريع وضع من طرف الاستعمار الفرنسي خاصة في تونس والمغرب والجزائر. إلا أنه مع حصولها على الاستقلال بدأت هذه الدول ومن بينها تونس في التخلي عن هذا التشريع، مع العلم أن هذا التخلي كان جزئيا، أي أن هذا الإلغاء لم يكن كليا، بحيث تم الاحتفاظ ببعض القوانين الاستعمارية المطبقة في مجال الحريات العامة وحرية الإعلام.[3] فقد عرفت تونس أول تشريع استعماري منظم للإعلام منذ 14 أكتوبر 1884،

---

[1]– إلياس طلحة، تاريخ الصحافة المكتوبة في بلدان شمال افريقيا (ليبيا، تونس، الجزائر، المغرب) مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية، مرجع سابق، ص 180.

[2]– علي الصالح مولى، المشهد الحزبي في تونس بعد 14 كانون الثاني/يناير 2011: تأملات سياقية في الحرية والاستبداد، المجلة العربية للحرية السياسية، العدد 33، شتاء 2012، ص 172.

[3]– علي كريمي، قوانين الإعلام المكتوب في دول المغرب العربي الواقع والتحديات، مرجع سابق، ص 33.

لتتوالى فيما بعد مجموعة من المراسيم.[1] وما يمكن ملاحظته في هذا الجانب هو كون جل التشريعات الاستعمارية للإعلام تتشابه في الدول المغاربية، وكل هذه الدول تعاملت بنفس التوجه مع التشريع الاستعماري. وبهذا قامت الدول المغاربية عامة وتونس خاصة بوضع تشريع يمكن نعته بالقانون الليبرالي وهو القانون الصادر في 9 فبراير 1956.[2]

إن التشريع التونسي، الخارج للتو من نكبة الاستعمار، كان محكوما بسمة الاعتزاز بالاستقلال، إذ لازالت نشوته عالية بين همم التونسيين وحاضرة في أذهان المشرع التونسي. وهو ما يشتركه هذا الأخير مع باقي التشريعات المغاربية الخارجة لتوها أيضا من الاستعمار، حيث تعرضت صحافة الحركة الوطنية لاضطهاد وتضييق وقمع ومصادرة حرية التعبير إبان فترة الاستعمار. وعليه فإن حركة التحرير عندما عانقت الحرية، وضعت قوانين الإعلام فيها بعض من الحرية والانفتاح، وإن لم تكن تؤمن بالتعددية.[3] ففي الوقت الذي بدأت تونس، وكغيرها من دول المغرب العربي، تضع تشريعها الإعلامي، كان الاهتمام بمجال حقوق الإنسان على المستوى العالمي لازال محتشما، نظرا لما كان يعرفه العالم من حرب باردة وهيمنة الثنائية القطبية على العلاقات الدولية.

وبالرجوع لقانون 9 فبراير 1956، حيث صدر مباشرة بعد التوقيع على الاتفاقية الفرنسية التونسية الخاصة بالاستقلال سنة 1955. هذا القانون الذي تأثر بشكل كبير بالتشريع الفرنسي للإعلام الصدر خلال الجمهورية الفرنسة الثالثة. فالقانون التونسي أكد من خلال مادته الأولى على ليبرالية حرية الإعلام، حيث نصت هذه المادة على مبدأ حرية الصحافة والنشر، في حين أن باقي مواده فتدور حول تنظيم هذه الحرية. كما أن المادة 45 منه ألغت سلسلة من المراسيم القانونية التي قيدت من حرية الصحافة المكتوبة. وبهذا فقانون 9 فبراير 1956، رغم التعديلات التي عرفها، بقي مجرد نص ظرفي وليس مدونة حقيقية لممارسة حرية الرأي والتعبير فقد صدر هذا القانون سابقا على دستور 1959 الذي أحل النظام الجمهوري بدل النظام الملكي، بالإضافة إلى النواقص الذي يعرفه هذا القانون في علاقته بقوانين اخرى كقانون المسطرة الجنائية. كما أن العقوبات الواردة فيه مستوحاة تماما من القانون الفرنسي الصادر سنة 1881، مما يجعله لا يتلاءم مع الواقع التونسي، كلها كانت أسبابا لطرح تعديل 1975.

إن المتتبع لحرية التعبير وحرية الإعلام التونسي ما بعد الاستقلال قد يؤكد على أن الإعلام التونسي وحرية التعبير كان الأكثر رتابة وخضوعا إلى الرقابة في العالم العربي، إذ كانت تحكمه نظم من الضوابط الصارمة المفروضة على كل وسائل التعبير والإعلام من بينها الصحافة المكتوبة، حيث كانت تحت إشراف عدد من الهيئات الحكومية التي تحتكر جميع مراحل الإصدار الإعلامي وذلك باعتماد أسلوب

---

[1]– مرسوم 29 يناير 1926، ومرسوم 6 غشت 1936، ومرسوم 17 فبراير 1937، ومرسوم 28 يونيو 1938، ومراسيم صدرت في ظروف الحرب العالمية الثانية منها مرسوم 20 أبريل 1939 ومرسوم 8 ستنبر 1939.

[2]– المصطفى الريباني، القوانين المنظمة لمهنة الصحافة بدول المغرب العربي: دراسة مقارنة، دبلوم الدراسات العليا في الصحافة. المعهد العالي للإعلام والاتصال، الرباط، 1988–1989، ص 47.

[3]– غلي كريمي، قوانين الإعلام المكتوب في دول المغرب العربي الواقع والتحديات، مرجع سابق، ص 34.

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

العصا والجزرة.[1] وإن كان الإعلاميون المحليون العاملون لصالح وسائل إعلام دولية كانوا يتمتعون بقدر من حرية التعبير، ورغم ذلك ظلوا حذرين من أي تجاوز للخطوط الحمراء التي تم وضعها من طرف النظام، حيث كانت حريتهم في التعبير مقيدة أكثر كلما تعلق الأمر بمقاربة الشؤون الداخلية للنظام السياسي الحاكم وكذا الموضوعات المتعلقة بالفساد والتفاوتات في الثورة والفقر.[2]

إن التشريع الإعلامي في تونس كغيره من دول المغرب العربي، قد ارتبط بالتحديات التي طرحتها الظروف السياسية، على اعتبار أن القاعدة القانونية، تعد معبرا أمنيا على الواقع الذي أنتجها. وبالتالي فإن فهم هذه القاعدة القانونية ومعرفة حقيقتها لا يكمن في رحم النص الذي ينظمها، بل في الشرط السياسي الذي كان وراء إنتاجها. وعليه فإن قوانين الإعلام التي عرفتها سواء تونس أو البلدان المغاربية، والتعديلات التي عرفتها هذه القوانين، سواء في اتجاه التقييد أو الانفتاح، هي في الأصل متأثرة بمختلف الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية.[3]

الفقرة الثانية: الإعلام التونسي في مرحلة انتقالية

لقد عرف الإعلام التونسي في ظل النظام السياسي السابق ترسانة من القوانين التي نظمته في كل من القانونين الصحافي والجنائي. فقد كان قانون الصحافة لسنة 1975 ينظم بشكل أساسي عمل الصحافة المكتوبة. هذا القانون الذي خضع لعدة تعديلات سنة 1988 و1993 و2001 و2006 والتي كان من المنتظر ان تقدم المزيد من الحرية، إلا أنها ظلت إصلاحات تهدف إلى تعزيز السيطرة السياسية على الإعلام التونسي. فقد فرضت هذه القوانين عقوبات مادية ومالية على كل صحفي قد يجرؤ على تجاوز الخطوط الحمراء المتعلقة بحماية أمن الدولة الداخلي والخارجي والنظام العام. وعليه فقد طبقت وزارة الداخلية العقوبة بشكل تعسفي، وساهمت في تكميم الإعلام من خلال المساهمة في الصياغة الغامضة للقانون المرتبط بالإعلام، والذي شرع عقوبة السجن للصحافيين الذين قد يرتكبون واحدة من اثني عشرة جناية أو جنحة منها التحريض على القتل والكراهية الدينية والعرقية، والحط من قدر الرئيس التونسي ورؤساء الدوا الأجانب، والتضليل والقدح والذم.

وعلى غرار باقي الدول المغاربية، فقد كانت بعض الأحكام المتعلقة بالجنح الصحفية بتونس من اختصاص قانون الصحافة، كما أحالت أخرى على القانون الجنائي بالإضافة إلى صياغة بعض النصوص بشكل فضفاض وغامض، ما سهل معه سوء الاستخدام وتم استغلالها من طرف النظام السابق للإحاطة بالانتقادات العلنية وتكميم أفواه الصحافيين وكذا سجن المعارضين.[4] ما دفع الصحفيين والحقوقيين إلى المطالبة بإعادة النظر في القوانين المنظمة بجميع أشكال ووسائل الإعلام بما فيها

[1]– فاطمة العيساوي، الإعلام التونسي في مرحلة انتقالية، أوراق كارينغي، مؤسسة كارينغي للسلام الدولي، الشرق الأوسط، يوليوز 2012، ص 3.

[2]– فاطمة العيساوي، مرجع سابق، ص 5.

[3]– علي كريمي، قوانين الإعلام المكتوب في دول المغرب العربي الواقع والتحديات، مرجع سابق، ص 15.

[4]– فاطمة العيساوي، الإعلام التونسي في مرحلة انتقالية، مرجع سابق، ص 8.

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

الصحافة المكتوبة، وذلك منذ منتصف العشرية الأولى من الألفية الثالثة، ما صدر معه تصريحات بالاستجابة لهذه المطالب.[1] حيث أعلن الرئيس التونسي يوم 27 ماي 2005 بمناسبة الاحتفال باليوم الوطني للثقافة، إلغاء اجراء الإيداع القانوني والعقوبة المترتبة عنه من أجل تحرير الصحافة، والدفع بحرية النشر إلى الأمام في تونس، وهو ما تكلل بصدور قانون الصحافة لسنة 2006.

ورغم كل الإصلاحات التي عرفتها الصحافة بتونس، إلا أنه لازالت هناك معيقات تحد من هذه الحرية، وهو ما رفع من المطالب المتوالية من طرف مهنيي الصحافة والحقوقيين من أجل إعادة النظر في القوانين المنظمة لحرية الإعلام، وذلك بهدف جعلها أكثر تحررا وليبرالية والتخلص من معيقات حرية التعبير.

المبحث الثاني: تطور حرية التعبير والإعلام بتونس ما بعد الربيع العربي

تعد تونس أول بلد عربي اندلعت فيه شرارة الحراك الذي عاشته الاقطار العربية، والتي انطلقت معه رياح الربيع العربي. وهي بذلك تعيش مرحلة متقدمة في عملية التحول الديمقراطي والسياسي، وتوجهها نحو حماية حقوق الإنسان وحرياته الأساسية بما فيها حرية التعبير والإعلام، وتكون بذلك تونس قد أسقطت بشكل رئيسي عددا من النظريات التقليدية التي تبنتها الدراسات الغربية فيما يرتبط بالاستثناء العربي،[2] وبذلك تكون ثورة الياسمين أسقطت كل الفرضيات الغربية بشكل تام. وعليه فإن مما لا شك فيه أن أمام هذا التغيير الذي عرفته تونس، فقد عرفت حرية التعبير والإعلام مكانة خاصة ضمن أوراش الإصلاح المتعددة.

المطلب الأول: حرية التعبير والإعلام التونسي ما بعد الربيع العربي

إن الثورة التونسية التي انطلقت في 17 ديسمبر 2010 في إطار الربيع العربي لم تكن نتيجة تخطيط محدد أو تدبير مسبق وبدون زعامات أو برامج معلن عنها، في حين أنها كانت نتيجة انتفاضة تلقائية عبرت عن غضب شعبي متراكم.[3] وبعد هذا الحراك الذي شهدته تونس والذي أفضى إلى سقوط نظام بن علي، دخلت تونس مرحلة جديدة في مجال الحقوق والحريات الأساسية خاصة حرية التعبير والإعلام التي انتعشت بشكل أسس فعلا لبناء ديمقراطي أساسه الحرية والتعدد وتبادل الأفكار.[4]

---

[1]– غلي كريمي، قوانين الإعلام المكتوب في دول المغرب العربي الواقع والتحديات، مرجع سابق، ص 93.

[2]– إن استقرار مفاهيم كالتعددية والمواطنة وحقوق الإنسان والمساواة داخل القيم العميقة للمجتمع التونسي يعد عاملا حاسما للتحول الآمن لهذا المجتمع نحو الديمقراطية، بدون ذلك ربما لن تستطيع الديمقراطية الوليدة أن تصلب عودها بدون وقت طويل من الصراعات والشد والجذب بين مناصريها وأعدائها، وربما أخطر من ذلك، فقدان الأمن الشخصي للمواطن بما يعني فقدان استقرار المجتمع والدولة معا. انظر: رضوان زيادة، كيف يمكن بناء تونس ديمقراطية العدالة الانتقالية للماضي وبناء المؤسسات للمستقبل، المجلة العربية للعلوم السياسية، المجلد 2011، العدد 30، ابريل/نيسان 2011، ص 150.

[3]– رنا العاشوري سعدي، التجربة الديمقراطية في تونس: هاجس متأصل ومسار متعثر، المستقبل العربي، المجلد 37، العدد 434، 30 أبريل 2015، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ص 164.

[4]– بوطيب بن ناصر، هبة العوادي، الحماية الدستورية لحرية التعبير في الدول المغاربية: دراسة حالة تونس، الجزائر، المغرب، مجلة المستقبل العربي، العدد 446، نيسان/أبريل 2016، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ص 53.

الفقرة الأولى: حرية التعبير والإعلام في دستور ما بعد الربيع

مباشرة ما بعد الثورة، ومع تشكيل أول حكومة انتقالية برئاسة محمد الغنوشي، فقد طلب الأطراف المعنية بتشكيل الحكومة من النقابة الوطنية للصحفيين إبداء رأيها بخصوص الشخصية التي تراها مناسبة لقيادة وزارة الإعلام، وكان رد النقابة واضحا حيث اعتبرت أن المهنة ليست بحاجة لوزارة بقدر ما هي في حاجة إلى هيئة مستقلة تعمل بالتعاون مع كل المعنيين بقطاع الإعلام. فقد كان الأخير طيلة عقدين من الزمن أو أكثر تحت نظام بن علي في أسوأ مراحل وظل يخضع للسيطرة السياسية والتوجيه الحكومي مع غياب لأي هيكل تعديلي تحمي حرية الإعلام وتعدديته.[1] ولذلك كان لابد من تصور تشريعي وهيكلي يقطع مع ممارسات الماضي. وعليه كان من الضروري محاولة إصدار دستور يقوم بحماية مختلف الحقوق والحريات الأساسية وعلى رأسها حرية التعبير والإعلام.

إن من أبرز ما يمكن الإشارة إليه هو صدور دستور للبلاد ما بعد ثورة الياسمين وذلك في 26 يناير 2014، حيث خرج إلى النور على إثر أربع نسخ على التوالي،[2] والتي لم تكن متضمنة لأي إشارة إلى مادة جامعة حول ضوابط الحقوق والحريات، ففي كل هذه النسخ اكتفى المشرع الدستوري بذكر ضوابط خاصة بكل حق بل وذهب إلى إرداف بعض الحقوق والحريات بأحكام تقييدية، ومنه الفصل 24 من نسخة 14 ديسمبر 2012 الذي ينص على أن حرية التعبير لا يمكن تقييدها سوى "بموجب القانون الذي يحمي حقوق الآخرين وسمعتهم وسلامتهم وصحتهم".[3]

إن دستور 2014 قد سعى إلى إخراج تونس من دوامة المفهوم التقليدي لحرية التعبير والإعلام الذي كان يعتبر وزارة الإعلام مجرد أداة في يد النظام التي تعمل من خلاله على الدعاية لإنجازاته ومشاريعه الواهمة.[4] وعليه فقد وردت في دستور تونس الجديد 3 أحكام أساسية تتعلق بحرية التعبير. وقد نص الفصل 31 من الدستور على الضمانات الجوهرية لحرية الرأي والفكر والتعبير والإعلام والنشر مضمونة، حيث لا يمكن الحد من حرية التعبير والإعلام والنشر إلا بموجب قانون يحمي حقوق الغير وسمعتهم وأمنهم وصحتهم، وأنه لا يمكن ممارسة رقابة مسبقة على هذه الحريات.[5] هذه الصيغة وإن كانت ايجابية، إلا أن مفهوم حرية التعبير ظل يكتنفه بعض الغموض، حيث لم يعتمد على أي تدابير وآليات تضمن كيفية ممارسة هذا الحق، كما أن حرية التعبير جاءت مترادفة مع حرية الإعلام والفكر.[6] وقد نص الفصل

---

[1]– ناجي البغورب، عقبات في طريق حرية الإعلام في تونس، في: تونس الانتقال الديمقراطي العسير، سلسلة قضايا الإصلاح (36)، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، 2017، ص 189.

[2]– وهي نسخة 13 غشت 2012 ونسخة 14 ديسمبر 2012 ونسخة 22 أبريل 2013 ونسخة 1 يونيو 2013.

[3]– خالد الماجري، الحريات الفردية في القانون التونسي، ضمن مؤلف جماعي تحت إشراف الأستاذ وحيد الفرشيشي، الحريات الفردية: تقاطع المقاربات، الجمعية التونسية للدفاع عن الحريات الفردية، تونس، 2014/ ص 16.

[4]– بوطيب بن ناصر، الحماية الدستورية لحرية التعبير في الدول المغاربية، دراسة حالة تونس، الجزائر، المغرب، مرجع سابق، ص 54.

[5]– منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، ورقة حول حرية التعبير في المشروع الأخير للدستور التونسي، يونيو 2013، ص 2.
www.unesco.org/new/fileadmin/MULTUMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/tunisian_constitution_unesco_comments_ar.pdf

[6]– ليث زيدان، حرية الرأي في الدساتير العربية، الحوار المتمدن، العدد 1953، 21 يونيو 2007، ص 2.

32 من جهته على أنه: "تضمن الدولة الحق في الإعلام والحق في النفاذ إلى المعلومة، تسعى الدولة إلى ضمان الحق في النفاذ إلى شبكات الاتصال". وقد تعززت حرية التعبير الواردة في هذين الفصلين من خلال الفصل 127 على أنه: "تتولى هيئة الاتصال السمعي البصري تعديل قطاع الاتصال السمعي البصري، وتطويره، وتسهر على ضمان حرية التعبير والإعلام، وعلى ضمان إعلام تعددي نزيه، تتمتع الهيئة بسلطة ترتيبية في مجال اختصاصها وتستشار وجوبا في مشاريع القوانين المتصلة بهذا المجال".

الفقرة الثانية: الإصلاحات القانونية والمؤسساتية في مجال الإعلام

بعد هبوب رياح الربيع العربي على تونس وما حملته من إصلاحات ومن تعددية وحرية غير مسبوقة منذ بداية العقد الثاني من الألفية الثالثة، سعى قطاع الإعلام إلى التموقع والحصول على وضع قانوني. وعليه فقد تطلع الصحفيون للانتقال من إعلام حكومي لإعلام يحترم أخلاقيات المهنية والموضوعية والتعددية المتوازنة، في حين طمح القطاع الخاص للحفاظ على الحرية المكتسبة وتعزيزها.[1]

فعلى المستوى المؤسساتي وعلى أعقاب سقوط النظام السابق، تم إنشاء لجان للتحقيق في تجاوزات النظام السابق شارك فيها خبراء القانون وهيئات المجتمع المدني. وبعد بضعة أسابيع حيث أعقبها اختفاء وزارة الإعلام والمجلس الأعلى للاتصال، تم إنشاء هيئة وطنية لإصلاح قطاع الإعلام والاتصال،[2] عهد إليها تقييم وضع القطاع وتقديم مقترحات لإصلاحه من خلال نصوص تشريعية مع العمل على إنشاء هيئات تعديل مستقلة.

وفيما يخص القوانين المتعلقة بإصلاح الصحافة المكتوبة، تم إصدار المرسوم رقم 115 لسنة 2011 في نونبر 2011 والذي ألغى قانون الصحافة لعام 1975، ويضم 80 فصلا ينص من خلالها على العديد من المقتضيات المستجدة، أهمها:

- إبعاد وزارة الداخلية عن تسيير قطاع الصحافة ونقل جميع الصلاحيات للسلطة القضائية؛
- حماية الصحافي واستقلاليته إزاء كل أشكال الضغوطات والترهيب؛[3]
- حماية سرية المصادر الإعلامية؛[4]
- إلغاء نظام الترخيص المقنع للمطبوعات الذي كان من مشمولات وزارة الداخلية؛[5]
- إدراج مقتضيات خاصة بالتعددية لضمان حق المستهلك في إعلام متعدد وتجنب الاحتكار واستغلال الهيمنة؛[6]

---

[1]– مصطفى لبيب وآخرون، حرية التعبير والإعلام في تونس: النصوص والسياق، في: حرية التعبير في الدول المغاربية: تنافر بين النصوص القانونية والممارسة القضائية، المنظمة الدولية لدعم الإعلام وجمعية يقظة من أجل الديمقراطية والدولة المدنية، ص 46. www.menamedialaw.org

[2]– تم إنشاء الهيئة الوطنية لإصلاح قطاع الإعلام والاتصال بموجب مرسوم قانون رقم 10 لسنة 2011 بتاريخ é مارس 2011.

[3]– الفصول من 9 إلى 14.

[4]– الفصل 11.

[5]– الفصول 5 – 19.

[6]– الفصول 31 – 38.

- إلغاء جل المقتضيات القمعية للقانون السابق؛
- تحديد الأحكام السالبة للحرية في حالات محددة مرتبطة بجرائم خطيرة؛[1]

إلى جانب هذا القانون صدر قانونين فيما بعد دستور 2014، وتمت المصادقة عليهما سنتي 2015 و2016، ويتعلق الأمر بكل من القانون الأساسي المتعلق بالنفاذ إلى المعلومة وقانون مكافحة الإرهاب وتبييض الأموال. وبالعودة لهذا الأخير والمتعلق بالقانون الأساسي رقم 26 لسنة 2015 والذي جاء بمجموعة من المقتضيات، والتي ساهمت بشكل كبير في الحد من حرية الإعلام في تغطيته للأحداث السياسية وخاصة فيما يتعلق بسياسة الدولة في مجال الإرهاب. بالإضافة إلى غموض مجموعة من المصطلحات التي جاءت بشكل فضفاض، ما يفسح المجال لتأويلات من شأنها أن تؤدي إلى ضغوطات على وسائل الإعلام خلال تغطيتها لأحداث تتعلق بأعمال إرهابية.

وفيما يتعلق بالقانون الأساسي المتعلق بالنفاذ إلى المعلومة، والذي تمت المصادقة عليه تطبيقا للقانون رقم 22 لسنة 2016، والصادر بتاريخ 24 مارس 2016، وبموجبه يتم إلغاء المرسوم رقم 41 لسنة 2011 ويحل محله، وهو ينص في فصله الأول على ضمان حق كل شخص طبيعي أو معنوي في الحصول على المعلومة، ويوسع من نطاق تطبيقه، كما يحث ايضا على المؤسسات العمومية المعنية على نشر وتحديث البيانات المتوفرة لديها بانتظام، كما يؤكد هذا القانون على إنشاء هيئة عمومية مستقلة تدعى هيئة النفاذ إلى المعلومة، تختص بالتحقيق في الشكاوى ومراقبة تطبيق هذا ا لقانون.[2] إلا أن هذا القانون يعاني من بعض المعيقات بسبب الاستثناءات الواردة في الفصل 24.

المطلب الثاني: حدود حرية الإعلام التونسية

إن الإطار القانوني الجديد، رغم إيجابياته وإن كانت محدودة، يلقى مقاومة شديدة من مختلف القوى السياسية، كما يعاني من استمرار العقلية السلطوية للإدارة القديمة، وهذا ما يمكن ملاحظته من خلال قراءتنا لمختلف التقارير الواردة في هذا المجال. وبالإضافة إلى ذلك هناك من يرى أن الإعلام التونسي أصبح مسرحا رئيسيا للمعركة السياسية والايديولوجية الشرسة الدائرة بين المعسكرين المتنافسين في البلاد، الإسلاميون المحافظون والنخبة العلمانية،[3] حيث حول التوجه الحزبي للصحافيين بين هذين التيارين وسائل الإعلام والصحافة إلى منبر للدعاية لهذين الطرفين، وبالتالي تبعية الإعلام للأجندات السياسية.

---

[1]– قد تم تحديد الأحكام السالبة للحرية في بعض الحالات من قبيل التحريض على القتل والعنف الجسدي والاغتصاب والإشادة بجرائم ضد الإنسانية أو جرائم الحري أو الاعتداء الجنسي على الأطفال.

[2]– مصطفى لبيب وآخرون، حرية التعبير والإعلام في تونس: النصوص والسياق، مرجع سابق، ص 53.

[3]– فاطمة العيساوي، الإعلام التونسي في مرحلة انتقالية، مرجع سابق، ص 17.

الفقرة الأولى: الانتهاكات والاعتداءات

بالرجوع للفصل 14 من المرسوم 115 المنظم للحرية الصحافة والطباعة والنشر نجده حدد جملة من الجرائم التي يمكن من خلالها تتبع المعتدين فيها على الصحفي،[1] ويحيل نفس الفصل إلى المجلة الجزائية التي تقر عقوبات سجنية في هذا المجال. ورغم ذلك وبالرجوع إلى تقارير النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين خاصة التقرير السنوي لسنة 2019 نجدها قد أحصت خلال الفترة التي شملها التقرير 54 حالة اعتداء يمكن تتبع المعتدين على الصحفيين فيها من أصل 139 اعتداء مسجلة طيلة السنة تتوزع بين الاعتداءات الجسدية واللفظية وحالات التحريض والتهديد.[2]

كما يعاني الصحافيون من حالات المنع من العمل وهو ما يحد كذلك من استمرارية حرية التعبير حيث سجلت النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين 29 حالة منع من العمل، كما تم تسجيل 35 حالة مضايقة خلال العمل الميداني. وتبقى الأطراف الرسمية هي الأكثر انخراطا في الاعتداء على الصحفيين إذ سجلت النقابة أن هذه الأطراف مسؤولة على 73 اعتداء من أصل 139، تتوزع بين الاعتداءات الأمنية واعتداءات الموظفين العموميين والمسؤولين الحكوميين.

وبالرجوع إلى مختلف التقارير السابقة للنقابة الوطنية للصحفيين التونسيين خاصة خلال الفترة ما بين 2011 و2019، فقد نلاحظ استمرار تصاعد التضييق على الصحفيين، ما يعني أن رغم ما عرفته تونس من مرجلة انتقالية ما بعد الربيع العربي، فالإعلام التونسي لازال يعاني مما عانى منه خلال فترة بن علي، حيث إن السياق الراهن الذي يتسم بالتهديدات والتراجعات في مجال الحقوق والحريات وبالتحديد حرية التعبير والإعلام يزداد سوءا بسبب تناقضات وتضارب التأويلات والآليات التشريعية والتنظيمية وتطبيقاتها، وذلك راجع لنقائص النصوص والفراغات التي تتركها كمرسوم عدد 115 لسنة 2011، وأيضا تعدد المقتضيات المرتبطة بحرية الإعلام، منها ما هو وارد في القانون الجنائي، أو موزعة على مجموعة من النصوص الخاصة.

الفقرة الثانية: آفاق حرية الإعلام التونسي

إن حرية الإعلام التونسي رغم توفر الظروف ما بعد الربيع العربي قد تسمح لها بالمضي قدما نحو إعلام ليبرالي، إلا أن هناك مقاومة شديدة راجعة لاستمرار العقلية السلطوية القديمة، وعليه يبقى معه الإعلاميون ونشطاء المجتمع المدني والرأي العام تساورهم مخاوف نتيجة الطفرة الإعلامية غير المسبوقة وغياب الجودة والحرفية وفوضى المشهد وصعوبة المراقبة أمام سيطرة بعض مراكز النفوذ ورؤوس الأموال على القطاع الإعلامي الخاص، وأيضا محاولة السلطة السياسية السيطرة على القطاع، كما لم يسلم الصحفيون

---

[1]– ينص الفصل 14 من المرسوم 115 المنظم لحرية الصحافة والطباعة والنشر على أنه: "يعاقب كل من خالف الفصول 11 و12 من المرسوم ككل من أهان صحفي أو تعدى عليه بالقول أو الإشارة أو الفعل أو التهديد حال مباشرته لعمله بعقوبة الاعتداء على شبه موظف عمومي".

[2]– التقرير السنوي لواقع الحريات الصحفية في تونس، 3 ماي 2019، ص 9.

من المضايقات عند تغطيتهم للمسيرات والمظاهرات.[1] وهو ما يرى معه النقيب ناجي البغوري، رئيس النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين، أن من أهم إنجازات الثورة التونسية هي حرية الإعلام والصحافة، غير أنه رغم ذلك يرى أن القوانين المنظمة للقطاع مازالت تحتاج إلى مراجعات ضرورية لتتلاءم مع التشريعات الدولية.

إن الإعلام التونسي لم يعاني فقط من السياسيين الذين أرادوا السيطرة على المشهد الإعلامي، فإلى جانبهم حاولت الجماعات الدينية المتطرفة التي جاهرت بالعداء للصحافيين والذين اتهمتهم بالكفر، وعملت على التحريض عليهم في خطبهم الدينية. كما حاول رجال المال السيطرة على الإعلام عبر مجموعة من التجاوزات ومن ضمنها إرشاء الصحفيين وإغداق المال على أصحاب المؤسسات الإعلامية، وهو ما يشكل حسب نقيب الصحفيين البغوري، عدم الالتزام بأخلاقيات المهنة، وتحويل وسائل الإعلام لفضاء من أجل تصفية الحسابات بين أصحاب المهنة. وهو ما يشكل معه ضرورة القيام بإصلاحات عديدة على المستوى الهيكلي والقانوني.[2]

وعليه، ونظرا لضرورة القيام بإصلاحات شاملة لقوانين الإعلام، فقد قامت هيئات حقوق الإنسان والنقابات، خاصة النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين، بالمطالبة بمجموعة من المقترحات لإصلاح المنظومة الإعلامية، حيث طالبت النقابة الوطنية بضرورة تنقيح مرسوم 115 في إطار تكريس حرية الصحافة والصحفيين من خلال تقديم النص الخاص على النص العام، والعمل على إلغاء كل العقوبات السالبة للحرية من المرسومين 115 و116 والمتعلقة بحرية الإعلام والنشر والطباعة. وكذا العمل على عدم إحالة الصحفيين على القضاء العسكري من خلال التنصيص على استثناء الصحفيين من مجال تطبيق العقوبات العسكرية.[3] وأيضا مراجعة المرسوم عدد 115 لسنة 2015 بشكل عميق، وذلك من أجل تدارك الثغرات والقضاء على التناقضات والتنافس والتصادم مع نصوص جنائية أخرى، خاصة القانون الجنائي. كما تمت المطالبة بضرورة وضع قانون خاص بالصحافة الرقمية من خلال إضافة باب كامل في قانون الصحافة المرتقب، إلى جانب ضرورة إصدار قانون صارم متعلق باستطلاعات الرأي وقياس نسب المشاهدة والاستماع، مع ضرورة وضع إطار قانوني شامل خاص بالإشهار.[4]

خاتمة

إن حرية التعبير بصفة عامة وحرية الإعلام بصفة خاصة هي من الحريات الأساسية والراسخة في وجدان كل فرد، وهي من الحقوق الأساسية المكفولة للجميع من خلال المواثيق الدولية والاقليمية المرتبطة بحقوق

---

[1]– مسعود الرمضاني، تونس: الانتقال الديمقراطي العسير، في: تونس الانتقال الديمقراطي العسير، سلسلة قضايا الإصلاح (36)، مركز القاهرة لدراسة حقوق الإنسان، مرجع سابق، ص 18.

[2]– مرجع سابق، ص 19.

[3]– التقرير السنوي لواقع الحريات الصحفية في تونس، النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين، 03 ماي 2015، ص 17.

[4]– مصطفى بن لطيف، حرية التعبير والإعلام في تونس: النصوص والسياق، في حرية التعبير في الدول المغاربية: تنافر بين النصوص القانونية والممارسة القضائية، مرجع سابق، ص 60.

الإنسان. وعليه فإن هذا الحق مرتبط بشكل جوهري بتحقيق كافة الحقوق الأخرى، كما هو مرتبط بتحقيق قيم الديمقراطية في كل بلد على حدة. فحرية الإعلام هو أساس كل الحريات، وأي تقييد له ينبغي أن يكون في أضيق الحدود وفي نطاق القانون، حتى لا يفتح المجال أمام تجاوزات السلطة السياسية ما قد يؤثر على انعدام الديمقراطية.

إن تونس كغيرها من دول العالم الثالث الخارجة من بؤس الاستعمار، حاولت أن تقطع مع الانتهاكات التي عرفتها طيلة فترة الاستعمار. وهو ما ظهر من خلال سن قوانين ليبرالية في جميع المجالات خاصة القانون المتعلق بحرية الإعلام والتعبير. إذ وضع هذا الأخير في مناخ سياسي يطمح للديمقراطية، حيث قامت تونس باتخاذ مبادرات نوعية من أجل التدشين لنظام ديمقراطي، وذلك من خلال استكمال النضال من أجل الحرية والاستقلال. هذا وإن كانت تونس قد استفادت من الفترة السابقة للاستعمار حيث عرفت التأسيس لحرية الإعلام من خلال إنشاء لمجموعة من المطابع وظهور الصحافة المكتوبة منها ما هو تابع لدول أوروبية كانت تطمح لاحتلال أو صحف تابعة لدول عربية أو تابعة لتونس إذ صدرت أول صحيفة تونسية تحت اسم "الرائد التونسي".

إن أول قانون لحرية الإعلام الصادر في 9 فبراير 1956، وذلك مباشرة بعد التوقيع على استقلال تونس، والذي أكد من خلال مواده على ليبراليته، عرف تعديلات أثرت في جوهره وانتقصت من ليبراليته بما يخدم السلطة السياسية التي حاولت التقليص من حرية الصحافة وجعلها تحت المراقبة، وهو ما لوحظ من خلال مختلف القوانين الصادرة ما بعد قانون 1965. ما جعل الصحفيون ودور النشر يعانون من تقزيم لهذه الحرية ويواجهون المتابعات بقوانين مختلفة منها القانون الجنائي القانون المتعلق بالإرهاب بالإضافة لقانون الصحافة والتي كانت تنص على عقوبات حبسية وغرامات مرتفعة.

إن الوضع الذي عرفه الإعلام سيستمر على هذا النحو، إلى أن عرفت تونس انقلابا على الوضع القائم من خلال ثورة الياسمين التي قلبت الموازين وأطاحت بنظام بنعلي، لتعرف البلاد تغييرا على جميع المستويات الاقتصادية والسياسية والقانونية والمؤسساتية بما فيها حرية الإعلام، حيث عرفت هذه الأخيرة حماية دستورية وصدور قانون جديد يعطي لهذه الحرية نوعا من الليبرالية والتعددية المفقودة منذ قانون 1956. كل هذا يجعلنا نطرح تساؤلا يمكن الإجابة عليه من خلال أبحاث مقبلة وذلك للمساهمة في تطور حرية الإعلام التونسي: هل سيساهم الوضع الحالي الذي تعرفه تونس في تطوير حرية الإعلام والرفع من الحماية التي طالما طالب ويطالب بها الحقوقيون ومهنيوا الصحافة؟ لأنه رغم التطور الذي تشهده حرية الإعلام التونسية، فهذه الأخيرة لا زالت في حاجة لرفع مجموعة من القيود.

لائحة المراجع:

<u>باللغة العربية:</u>

كتب

- عصام الدين محمد حسن، سمات المشهد الإعلامي الراهن، الإعلام في العالم العربي بين التحرير وإعادة انتاج الهيمنة، دراسة في البت الإعلامي في الأردن ومصر والمغرب، مركز القاهرة لدراسة حقوق الانسان، سلسلة قضايا الإصلاح (15).
- ثناء فؤاد عبد الله، آليات التغيير الديمقراطي في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، يناير 1997.
- عبد العزيز النويضي وآخرون، حرية التعبير في الدول المغاربية: تنافر بين النصوص القانونية والممارسة القضائية، المنظمة الدولية لدعم الإعلام، فبراير 2018.
- علي كريمي، قوانين الإعلام المكتوب في دول المغرب العربي الواقع والتحديات، منشورات المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة –ايسيسكو– 2011.
- عبد العزيز شرف، الجغرافية الصحفية وتاريخ الصحافة العربية، عالم الكتب نشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2004.
- فاطمة العيساوي، الإعلام التونسي في مرحلة انتقالية، أوراق كارينغي، مؤسسة كارينغي للسلام الدولي، الشرق الأوسط، يوليوز 2012.
- رضوان زيادة، كيف يمكن بناء تونس ديمقراطية العدالة الانتقالية للماضي وبناء المؤسسات للمستقبل، المجلة العربية للعلوم السياسية، المجلد 2011، العدد 30، ابريل/نيسان 2011.
- ناجي البغوري، عقبات في طريق حرية الإعلام في تونس، في: تونس الانتقال الديمقراطي العسير، سلسلة قضايا الإصلاح (36)، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، 2017.
- خالد الماجري، الحريات الفردية في القانون التونسي، ضمن مؤلف جماعي تحت إشراف الأستاذ وحيد الفرشيشي، الحريات الفردية: تقاطع المقاربات، الجمعية التونسية للدفاع عن الحريات الفردية، تونس، 2014.

التقارير

- التقرير السنوي لواقع الحريات الصحفية في تونس، 3 ماي 2019.
- التقرير السنوي لواقع الحريات الصحفية في تونس، النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين، 03 ماي 2015.

مقالات

- بوطيب بن ناصر، هبة العوادي، الحماية الدستورية لحرية التعبير في الدول المغاربية: دراسة حالة تونس، الجزائر، المغرب، مجلة المستقبل العربي، ، العدد 446، نيسان/أبريل 2016، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- ليث زيدان، حرية الرأي في الدساتير العربية، الحوار المتمدن، العدد 1953، 21 يونيو 2007.
- رنا العاشوري سعدي، التجربة الديمقراطية في تونس: هاجس متأصل ومسار متعثر، المستقبل العربي، المجلد 37، العدد 434، 30 أبريل 2015، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- خليل صابات، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط6، مكتبة الأنجلو–مصرية، القاهرة، 1991.

- إلياس طلحة، تاريخ الصحافة المكتوبة في بلدان شمال افريقيا (ليبيا، تونس، الجزائر، المغرب)، مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر، العدد 14، يونيو 2017.
- رنا العاشوري، التجربة الديمقراطية في تونس: هاجس متأصل ومسار متعثر، المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد 434، ابريل 2015، ص 152.
- علي الصالح مولى، المشهد الحزبي في تونس بعد 14 كانون الثاني/يناير 2011: تأملات سياقية في الحرية والاستبداد، المجلة العربية للحرية السياسية، العدد 33، شتاء 2012.

أطروحات ورسائل

- راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1991.
- احمد قران الزهراني، السلطة السياسية الإعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة أطروحات الدكتوراه 113، بيروت، فبراير 2015.
- المصطفى الريباني، القوانين المنظمة لمهنة الصحافة بدول المغرب العربي: دراسة مقارنة، دبلوم الدراسات العليا في الصحافة. المعهد العالي للإعلام والاتصال، الرباط، 1988–1989.

مقالات الكترونية

- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، ورقة حول حرية التعبير في المشروع الأخير للدستور التونسي، يونيو 2013.

www.unesco.org/new/fileadmin/MULTUMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/tunisian_constitution_unesco_comments_ar.pdf

- مصطفى لبيب وآخرون، حرية التعبير والإعلام في تونس: النصوص والسياق، في: حرية التعبير في الدول المغاربية: تنافر بين النصوص القانونية والممارسة القضائية، المنظمة الدولية لدعم الإعلام وجمعية يقظة من أجل الديمقراطية والدولة المدنية، www.menamedialaw.org

الإعلام واللغة العربية الفصحى

Media & Standard Arabic Language

د. عبد الوهاب بن عبد العزيز الحداد

باحث تربوي في الجامعة الإسلامية العالمية ماليزيا – كلية التربية

ملخص:

سيتطرق هذا المقال للحديث عن أهمية الإعلام ومكانته، وكيف أنه أصبح من ضرورات الحياة الإنسانية لاسيما بعد ثورة الاتصال الإعلامي المتسارعة، وعن الدور الذي ينبغي أن يؤديه الإعلام من خدمة للعربية الفصحى حتى تستأنف دورها الريادي والحضاري بين الأمم، وقد صدَّر الباحث مقاله بتعريف الإعلام لغة واصطلاحا وصولا للتعريف الجامع من وجهة نظره، وعن الصلة الوثيقة بين اللغة والإعلام، وانعكاس الإعلام على اللغة سلبا أو إيجابا وصولا للوظيفة التي ينبغي أن تضطلع بها وسائل الإعلام العربية تجاه اللغة الفصيحة، كل ذلك تم تناوله وصولا لأنواع وسائل الإعلام المختلفة والمتمثلة بالمطبوعة، والسمعية، والسمعية البصرية، ومن أجل إدراك مدى العلاقة بين اللغة والإعلام كان لا بدَّ من التطرق بشكلٍ إجماليٍّ للوظائف الأساسية للغة الإعلامية والوقوف على علم اللغة الإعلامي، وبما أنَّ الإعلام اليوم امتدَّ وأصبح يُغطِّي جميع جوانب الحياة الإنسانية كلها كان لا بدَّ من الوقوف على المفردات اللغوية والمضامين الإعلامية، وتطرق الكاتب لنظرتيِّ الإعلاميين للغة العربية المؤيدة للفصحى، والمؤيدة للعامية، والأدلة التي ساقها كلا الفريقين، وخُتم المقال بما يقع على عاتق الإعلام والإعلاميين من مسؤلية يجب أداؤها في سبيل الارتقاء باللغة العربية حتى تسترد دورها الريادي بين اللغات الإنسانية. ولذا فإن مشكلة هذه الدراسة يمكن تلخيصها بالسؤال التالي: **ما هو واقع استخدام اللغة العربية في وسائل الإعلام المختلفة وأثر هذا الاستخدام عليها؟**

الكلمات المفتاحية: الإعلام–اللغة العربية الفصحى–العامية–المفردات اللغوية–الوظيفة الإعلامية.

Abstract:

This article will discuss the importance of media, its position and the essential role that the media should play in serving the Classic Arabic language. The researcher has started the article by defining the media and illustrating the close link between media and language. Moreover, the researcher investigated the influence of media and language on each other negatively or positively, along with clarifying the types of media. In order to understand the relationship between language and media, the basic functions of media language and the science of media language had to be addressed thoroughly. Media today has extended to affect all aspects of human life; thus, it is crucial to identify the vocabulary and media contents. The author addressed media professionals' point of view that support the Classic Arabic language, and the second point of view that encourages the use of slang, along with proofs presented by both teams. The article concluded and highlighted the responsibility of media and media professionals in order to improve the Arabic language to resume its leading role among other human languages. Thus, the problem of this study can be summarized by the following question: What is the real status of using the Arabic language in various media and what is the effect of using the Arabic language on these various media?

1.المقدمة

من المسلَّم به أن الإعلام بأشكاله المختلفة هو بمثابة وسيلة يمكن أن تؤدى للأفراد والمجتمعات خدمات جليلة إن أُحسن استعمالها، أو تؤدي إلى أضرار تُلحق بالأفراد والمجتمعات إن أُسيء استعمالها أو أُسند أمرها إلى سياسات إعلامية خاطئة، وفي مجال تسخير وسائل الإعلام لخدمة اللغة العربية الفصحى فإنه بإمكان وسائل الإعلام أن يكون لها إسهام إيجابي في خدمة اللغة العربية وزرع محبتها في عقول وقلوب الجماهير كون العلاقة بين الإعلام واللغة علاقة عضوية تشبه علاقة الطفل بأمه، فكما أنه من الصعوبة أن ينمو طفل نموا طبيعيا دون أم _أو من يقوم مقامها إن اقتضت الضرورة ذلك_ فكذا الإعلام لا يمكن له أن ينمو ويمارس دون لغة تسوغِ رسائله وتنقل أفكاره، وانطلاقا من الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام المختلفة وحالة التطور المستمر والمتسارع الذي تمر به وما يمكن أن تؤديه من دور رائد في خدمة اللغة العربية الفصحى استخداما ونشرا وتمكينا، وهو ما يأمله المخلصون والحريصون للحد من الخطر والتهديد الواضح على مستقبلها بدليل ما يلحظ من ظهور ضعف كبير في الاستخدام اللغوي، وشيوع الكثير من لأخطاء اللغوية عند الكثيرين من شرائح المجتمع المختلفة، وقد تجلى ذلك في بروز الأخطاء النحوية، والإملائية والأسلوبية، والاستعاضة باللهجات المحلية عوضاً عن العربية الفصحى، والإفراط في استخدام العامية، لذا فإنه أصبح لزاماً على وسائل الإعلام المختلفة أن تسهم إيجاباً في خدمة العربية الفصحى والحفاظ عليها وتوظيفها توظيفا صحيحاً لما لهذه الوسائل من انتشار واسع وقدرة على إيصال المعلومة ونشرها بطرق متعددة وعلى أوسع نطاق لدى جمهور المستخدمين على اختلاف ثقافتهم ومستوياتهم وبلدانهم.

2.مشكلة البحث:

مما لا شك فيه أن استخدام اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام المختلفة المرئية منها، أو المسموعة، أو المرئية والمسموعة معا، أو المكتوبة يخدم الفصحى ويعلي من شأنها ويقوي أواصر الوحدة والتقارب والتآلف بين الشعوب العربية بعد أن تلاشت الكثير منها ولم يتبق منها إلا اللغة الفصحى والتي تواجه تحديات شتى تهدد وجودها وبقاءها لولا أنها محفوظة بحفظ القرآن الكريم كونها وعاءها الذي بها أُنزل وبها حفظ وإلا لأصبحت في خبر كان شأنها شأن أخواتها من اللغات السامية والتي لم يتبق منها إلا نقوش وآثار يدلان عليها، وأكبر تحدٍّ يواجهها اليوم هو الإعلام، والحديث منه تحديدا، فهل وسائل الإعلام اليوم تؤدي دورا بناءً يخدم العربية الفصحن ويمكِّن لها أم العكس يقال؟ وبالتالي يمكن إبراز مشكلة هذه الدراسة بالسؤال الآتي: **ما هو واقع استخدام اللغة العربية في وسائل الإعلم المختلفة وأثر هذا الاستخدتم عليها؟**

3.أهداف الدراسة:

الأهداف التي سعت هذه الدراسة لتحقيقها تتمثل في الآتي:

1. التعرف على واقع اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام المختلفة.

2. أثر استخدام وسائل الإعلام المختلفة على اللغة العربية الفصحى.
3. الدور الذي ينبغي أن تضطلع به وسائل الإعلام في خدمة العربية الفصحى.

4.تعريف الإعلام:

الإعلام لغة: "مصدر الفعل الرباعي أعلمَ، يقال: أعلَمَ يُعلِمُ إعلاماً، وأعلمتُه بالأمر: أبلغته إياه، وأطلعته عليه، جاء في لغة العرب: استعلمْ لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلَمَني الخبر فأعلمته إياه"[1] "ويُقالُ: بلغت القوم بلاغاً: أي أوصلتهم بالشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، ففي الحديث:" بلِغوا عني ولو آية "[2] وقال سيبويه: " وأعلمتُ: كآذنتُ"[3]

وفي الاصطلاح: له تعريفات متعددة عند الإعلاميين:

- منهم من عرفه بأنه "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها"[4]
- ومنهم من عرفه بأنه "نشاطٌ اتصالي قصدي يستهدف التأثير على الناس وحملهم على السلوك المرغوب فيه"[5]
- ومنهم من عرَّفه بأنه"تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والسليمة التي تساعدهم على تكوين رأيٍ صائبٍ في واقعة من الوقائع أومشكلة من المشكلات بحيث يُعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم"[6]
- وعرَّفه العالم الألماني (أوتوجروت) أنه: "التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها، واتجاهاتها في نفس الوقت"[7]

ويُمكن الخلوصُ إلى **تعريف جامعٍ للإعلام** وهو: الإعلام عملية اتصالٍ يُراد بها تقديم المعرفة الهادفة عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، وبحسب ما يتم إرساله من معلومات، ومن خلال قالب الرسالة الإعلامية الذي تصاغ فيه يمكن الحكم على المعرفة المقدَّمة بالسلب أو الإيجاب، ومن ثمَّ التمييز بين الغث والسمين منها.

5.أهمية الإعلام:

يُنظر للإعلام على أنه عملية منظَّمة مبنية على أسس تهدف في مجملها إلى نشر وتوضيح المعلومات والحقائق من خلال التعرف على الوقائع والأحداث بصورة تساعد المتلقي على تعميق الوعي والتواصل مع أفراد المجتمع في مختلف الأنشطة المجتمعية والمواقف الحياتية، ومع وجود الإنسان على هذه البسيطة

---

[1] ابن منظور.1988. *لسان العرب*. ط1.ج9.بيروت: دار إحياء التراث العربي. ص371.
[2] رواه البخاري عن عبد الله بن عمرو بن العاص –رضي الله عنهما–
[3] ابن منظور.1988. *لسان العرب*.ط1.ج9. بيروت: دار إحياء التراث العربي. ص 371.
[4] السنوسي، مختار مفتاح.2008م. *الإعلام الدولي الأسس والمفاهيم*. الأردن: دار زاهر للنشر والتوزيع. ص13.
[5] ساداتي، سيد محمد .1998م. *ركائز الإعلام في دعوة إبراهيم عليه السلام*. ط2. الرياض: دار عالم الكتب. ص114.
[6] حمزة، عبد اللطيف. 1965.–عن الباحث الألماني أتوجروت– *الإعلام تاريخه ومذاهبه*. القاهرة: دار الفكر. ص32.
[7] حسين، سمير محمد.1984. *الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام*. القاهرة. عالم الكتب. ص43.

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

وبإلهام من الخالق سبحانه وتعالى استطاع الإنسان التواصل مع من حوله بلغة بسيطة تطورت عبر الأجيال المتلاحقة والأزمان المتتابعة.

وتُوِّج هذا التطور الإنساني المعرفي بمعرفة الكتابة، ومن ثم كسبت الإنسانية حفظ تاريخها وتراثها، وباكتشاف الطباعة في منتصف القرن 15م على يد العالم الألماني (يوهان غنز فلايش غوتنبرغ**Johannes Gutenber**) 1398 م –1468م ارتفع شأن الكتابة وصارت اللغة وسيلة إعلامية فاعلة ومؤثرة فأثرت على حركة الحياة في الكثير من جوانبها.

ثم جاء اختراع المذياع على يد العالم الإيطالي (غوليلمو ماركوني **Guglielmo Marconi**) في عام 1896م فاكتسبت اللغة مهمة أكثر شيوعا وعمقا، وباختراع التليفزيون عام 1925م على يد عدد من العلماء الغربيين تغير مجرى الحياة اللغوية وغيرها على البسيطة كلها، وأصبح الوسيلة الأكثر رواجا وانتشارا لنقل الأخبار والمعارف وتشعبت مهام اللغة وأصبحت الأداة الإعلامية الأساس.[1]

وهكذا نجد أنه من خلال ثورة الاتصال الإعلامي التي قربت المسافات وجعلت العالم كله بيتًا واحدًا برزت الصلة الوثيقة بين الإعلام بأشكاله وأنواعه وبين اللغة الإنسانية ودورها في عملية التواصل والاتصال كونها وسيلة تبليغ وتعبير وتأثير وتقويم لسلوك الأفراد والمجتمعات، ووسيلة إقناع وإثارة وجدل وإعلان ... إلخ.

7.أهمية الإعلام في المجالات المعرفية المختلفة:

بعد تمكن الإعلام وتغلغله في تفاصيل الحياة وعلومها المختلفة سواءً أكانت ثقافية، أو اجتماعية، أو سياسية، أو اقتصادية قيل: أن العالم أصبح بمثابة قرية واحدة، لكن الواقع المعاش والمتجدد على الدوام تجاوز هذه المقولة فالعالم اليوم أصبح بمثابة بيت واحد، وإن شئت فقل: بمثابة غرفة واحدة يظلها سقف واحد بفضل ما صنعه الإعلام الحديث وثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات من تغييرات كبيرة وجذرية في الحياة الإنسانية المعاصرة المختلفة ففرض نفسه عن طريق نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاءة في جميع مجالات الحياة المختلفة وحُظي باهتمام واضح على المستويين الفردي والمجتمعي، فالتطورات التكنولوجية تسهم إسهاماً فعالاً في المجالات المعرفية المختلفة والمتنوعة عن طريق إزالة الجدارا العازل الذي يحول بين الناس وبين تبادل المعرفة، فبفضل تكنولوجيا البث الفضائي وشبكة المعلومات العالمية يستطيع الفرد الحصول على المعلومة التي يحتاجها في أي فن من فنون المعرفة وفي أي زمان ومكان كانا، وليس بمقدور أحد منعه من الحصول عليها، هذا فضلا على أن الإعلام اليوم بمقدوره صناعة المعرفة بنفسه ونشرها وتمكينها، وأن أي محاولة سواءً أكانت فردية أو مجتمعية تحول دون شيوع المعرفة وتكميم أفواه الناس وحرمانهم من حق حرية التعبير أو تقييد هذا الحق قد عفا عليها الزمان فقطار

---

[1] انظر: الطاهر، مروة عبد الرحمن محمد. 2011. *دور الإذاعات المتخصصة في نشر المعلومات*. جامعة الخرطوم. والحي، جمال محمد. 2012. *مدخل تأريخي لنشأة وتطور التلفاز*. مجلة أما راباك. الأكاديمية العربية الأمريكية للعلوم والتكنلوجيا. والسالم، وارد بدر. 2009 . *الكتاب من عصر المخطوطات إلى العصر الإلكتروني*. مجلة البيان الإماراتية 21 نوفمبر 200

الحضارة والمدنية ماشٍ وبقوة ولا يمكن أن يقف أمامه شيئ، لكن من الأهمية بمكان وضع معايير سليمة تكون بمثابة ضوابط إعلامية تمتيناً لروح المسؤلية المجتمعية وتهديفاً للمعرفة وضماناً لسلامة المجتمعات عن طريق الحفاظ على القيم والثوابت وعدم تجاوز مايضر بالأمن والسلم المجتمعي مع بقاء الحرية المعرفية متاحةً للجميع، وفي بعض الأحوال قد يكون من الضروري إطلاق حرية النقد لمواجهة الفساد التي تضر الأمة وتحول بينها وبين اللحاق بركب الحضارة والرقي.

8.العلاقة بين الإعلام واللغة:

النظرةُ المثلى للإعلام أنه عملية منظَّمة مبنية على أُسس تهدف في مجملها إلى نشر وتوضيح المعلومات والحقائق والقيم بصورة تساعد المتلقي على تعميق الوعي وتعزيز القيم والتواصل المجتمعي من خلال مختلف الأنشطة المجتمعية والمواقف الحياتية بلغة فصيحة وصحيحة يفهمها المتلقي سماعاً، أو سماعاً ومشاهدةً، أو نصاً مكتوباً، وهذا يعني أن الإعلام وبأشكاله المختلفة هو بمثابة وسيلة يمكن أن تؤدى للأفراد والمجتمعات خدمات جليلة إن أُحسن استعمالها، أو تؤدي إلى أضرار تُلحق بالأفراد والمجتمعات إن أُسيء استعمالها، أو أُسند أمرها إلى سياسات إعلامية خاطئة، وفي مجال تسخير وسائل الإعلام المختلفة لخدمة اللغة العربية الفصحى فإنه بإمكانها أن يكون لها إسهام إيجابي في خدمة اللغة العربية وزرع محبتها في عقول وقلوب الجماهير كون العلاقة بين الإعلام واللغة علاقة تعاضد وتكامل، فالإعلام لا يمكن له أن ينمو ويُمارس دون لغة تسوغِ رسائله وتنقل أفكاره، فالعلاقة تكاملية بينهما، لكن يمكن للإعلام التسيُّد أحيانا فقد يفرض ألفاظاً ومصطلحات لا تمت للعربية الفصحى بصلة بل قد تؤدي إلى إحدث فجوة بين الفصحى واستخدامها الأمثل من قبل المجتمع مما قد يؤدي لهجرها والاستعاضة بالعاميات واللهجات واستخدام مصطلحات مستحدثة عبارة عن خليط من ألفاظ عربية وأجنبية كما يطلق عليه اليوم بلغة العربيزي وغيرها من مسميات ما أنزل الله بها من سلطان، والنتيجة قد تكون كارثية–لا سمح الله– على مستقبل لغتنا الفصحى الجميلة إن لم يتنبه المهتمون والمخلصون لدرء هذا الخطر المحدق بهويتنا والمتمثلة بلغتنا، وهي الرابطة المتبقية لهذه الأمة المغلوبة على أمرها التي تربط شعوبها العربية بعد ان انفرطت الكثير من الروابط التي تربطها ببعضها، واللغة كما هو معلوم تعد أبرز ملامح هوية الأمم والشعوب ولذا نراها تقدس لغتها وتتنافس في خدمتها وتعمل على تمكينها على مستواها المحلي بل والعالمي كما هو ملحوظ ومشاهد في كثير من اللغات كالإنجليزية مثلاً.

9.وظيفة الإعلام:

تعددت وسائل الإعلام وتنوعت مشاربها وأهدافها وبإمكان القائمين على المؤسسات الإعلامية توجيه البوصلة الإعلامية الوجهة التي يريدون لتحقيق أهداف يرسمونها كيفما يشاءون، فالإعلام كما يُقال سلاح ذو حدين، فإما أن يكون وسيلة بناء وصلاح أو معول هدم وخراب.

يرى عالم الاتصال (اليهو كاتز **Elihu Katz**) أن للإعلام وظائف أساسية على مستوى الفرد نفسه تُقدَّم له، ففي شقها الإيجابي أبرزها الآتي:[1]

1. وظيفة المنفعة: حيث إن النفع العائد أو المتوقع للفرد هو الذي يحدد الوسيلة المناسبة والمضمون المناسب للفرد تجاههما.
2. وظيفة الدفاع عن الذات: الإعلام قد يساعد الفرد في تشكيل صورة عن ذاته ودفاعه عنها ورفض سواها.
3. التعبير عن القيم: يشعر الفرد بالرضا الكلي أو الجزئي عن هذه الوسيلة حين يجدها تدعم القيم المثلى في المجتمع والعكس يقال.
4. الوظيفة المعرفية: الفرد بحاجة دائمة إلى توسيع مداركه بالعلوم والمعارف ويمكن لوسيلة الإعلام أن يكون لها دور بارز في تأدية هذه الوظيفة.

ويرى عالم الاتصال (دينيس ماكويل *Denis McQuail*) أن لوسائل الإعلام وظائف أساسية تتمثل بخلق دوافع وحاجات ليست موجودة سلفا تدفع الجمهور لإشباع تلك الحاجات من وسائل الإعلام المختلفة، وتتحصر هذه الوظائف من وجهة نظره في الآتي:[2]

1. الوظيفة الإعلامية: وتكمن في رغبة الفرد لمعرفة ما يدور حوله من أحداث على المستويين المحلي والعالمي.
2. تحديد الهوية: وتتمثل في أن الفرد دائم التواجد مع الآخرين ومن ثمَّ هو بحاجة إلى دعم قيمه الشخصية.
3. التفاعل الاجتماعي: وهذه الوظيفة تتبني على سابقتها فمحيط الفرد الاجتماعي يلزمه الانتماء والحوار والتواصل مع محيطه.
4. الترفيه: الضغوطات والمشاكل الحياتية التي قد تواجه الفرد تلجؤه للهروب منها فيلجأ لمتابعة المواد الترفيهية التي تقدمها وسائل الإعلام.

ومما سبق يمكن حصر أهم الوظائف المعاصرة للإعلام بالآتي:

1. تعزيز القيم المثلى وترسيخها: بإمكان وسائل الإعلام إكساب المحتمع قيم فاضلة جديدة وتهذيب القديم منها عن طريق اختيار المادة الإعلامية الملائمة والمناسبة وفي الظرف الملائم.
2. التثقيف الفردي والمجتمعي: تتنوع الأساليب التثقيفية وتختلف عن طريق وسائل الإعلام المتنوعة والمختلفة وفق خطط مدروسة ومهدّفة تهدف لتوليد الرغبة الذاتية للتعلم والتثقيف ورفع مستوى الكفاءة الفردية والمجتمعية.

---

[1] الهيتي، هيثم.2010. *الإعلام السياسي الاخباري في الفضائيات العربية*. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع. ص126-127

[2] المشاقبة، بسام عبد الرحمن.2013. *الإعلام والسلطة*. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع. ص113

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

3. تعزيز الأمن والسلم المجتمعيين: يمكن لوسائل الإعلام وبأساليبها المختلفة ورسائلها المتنوعة تقوية الأواصر المجتمعية والصلات الاجتماعية بين الأفراد والشعوب على حد سواء، وإشاعة ما يقرِّب ولا ينفِّر، وما يوحِّد، ولا يفرِّق، ومحاربة التعصب المقيت، وكل ما من شأنه أن يؤدي إلى الفرقة والكراهية والتدابر والتناحر وغيرها من أمراض تفت في عضد المجتمع وتولد الفرقة والكراهية فيما بين أفراده، ومساعدته على هدم الهوّة بين المجتمعات وتقريب وجهات النظر المختلفة وتعزيز المشترك.
4. الترويح والترفيه: كلما جاد علينا التقدم التكنلوجي والحضارة المعاصرة بتقنياتهما وابتكاراتهما المتجددة والمعاصرة ترافقها لا شك ما يكدر الحياة ويعكر الصفو لدى البعض من الناس، كما أن الحياة المعاصرة فرضت نفسها وأخذت الحيز الأكبر من أوقات الناس وشغلتهم عن كثير من المهام الأساسية وتحديدًا تلك المتعلقة بالحياة الأسرية، وبمجمل هذه الأمور شكلت ضغطاً نفسياً وتذمرا أحيانا من هذا الواقع مما يستدعي من وسائل الإعلام ان تكون متنفساً تزيح وتخفف من هذه الضغوطات عن الناس عن طريق برامج ترفيهية متنوعة، وحبذا لو تكون ذات أبعاد فلسفية مرسومة تجمع بين المتعة والفائدة.
5. الترويج والتسويق: من المسلمات اليوم في عالم التسويق والتجارة اعتماد الشركات بل وحتى الأفراد على وسائل الإعلام المختلفة في الترويج للسلع المختلفة وصولاً لليع وكسب الزبون، فعن طريق الإعلام يتم الترويج والبيع والشراء، وكم سيكون الأمر جميلاً لو أن القائمين على وسائل الإعلام لا سيما الرسمية منها يشيعون لدى الشعوب الثقافة الاستهلاكية الراشدة والمبصرة لخلق وعي مجتمعي يحمي الأفراد، ولا يضر بأرباب التجارة والاقتصاد.
6. يساعد الخيال الذي تخلقه وسائل الإعلام في إثارة الطموح الإيجابي لدى الأفراد والشعوب الذي يقود إلى إيجاد دوافع يسعى الجميع لتحقيقها من أجل الحياة الكريمة والعيش الرغيد والتنمية الاقتصادية.
7. يكسب الأفراد مهارات وأساليب حياتية جديدة تقودهم للتخطيط للمستقبل بشكل أفضل.
8. يساعد على تحقيق الأهداف القومية والخطط المرسومة التي ترسمها الدول لكثير من سياساتها الداخلية أو الخارجية وفقاً لسياساتها الخاصة وفلسفاتها المتبعة ولذا نجد الدول تولي وسائل الإعلام الإهتمام فترسم سياساتها وفقاً لما يحقق مصالحها القومية وأهدافها التنموية.
9. يساعد الأفراد على صقل مواهبهم من خلال التدريب والبرامج المختلفة من قبل المختصين وأصحاب الخبرات.
10. يساعد على خلق الاتفاق الجمعي على قرار معين لا سيما المصيرية منها بعد القيام بحملات توعوية تقود لتغيير في الرؤى والقناعات والاتجاهات.

11. يساعد على هدم الهوّة بين المجتمعات وتقريب وجهات النظر المختلفة والالتقاء على المشترك فيما بينها.
12. يساعد الخيال الذي تخلقه وسائل الإعلام في إثارة الطموح الإيجابي لدى الأفراد والشعوب الذي يقود إلى إيجاد دوافع يسعى الجميع لتحقيقها من أجل الحياة الكريمة والعيش الرغيد والتنمية الاقتصادية.
13. يكسب الأفراد مهارات وأساليب حياتية جديدة تقودهم للتخطيط للمستقبل بشكل أفضل.
14. يساعد على تحقيق الأهداف القومية والخطط المرسومة وتشكيل الرأي العام.
15. يساعد الأفراد على صقل مواهبهم من خلال التدريب والبرامج المختلفة من قبل المختصين وأصحاب الخبرات.
16. يساعد على خلق الاتفاق الجمعي على قرار معين لا سيما المصيرية منها بعد القيام بحملات توعوية تقود لتغيير في الرؤى والقناعات والاتجاهات.

10.أنواع وسائل الإعلام:

تعددت وسائل الإعلام اليوم وتنوعت، وكل وسيلة تختلف عن أختها هدفا وشكلا ومضمونا، وأهمها الوسائل الإعلامية الآتية:[1]

1. المطبوعة: وتتمثل في الكتب، والصحف، والمجلات، والدوريات، واللافتات، والملصقات، وغيرها من المطبوعات.
2. السمعية: وتتمثل في الإذاعة، والتسجيلات، الصوتية المختلفة.
3. السمعية والبصرية معا: وتتمثل في السينما، والتلفزيون، والمسرح.
4. وسائل الاتصال الحديثة عن طريق الإنترنت: وتجمع بين المكتوبة والمسموعة والمرئية كالفيس بوك–الواتس آب–تويتر–اليو تيوب...إلخ.

11.الوظيفة الإعلامية للغة:

حققت اللغة للإنسان الكثير من الوظائف الإعلامية الأساسية والمصالح الضرورية لحياته، أبرزها:[2]

1. أنها تمكن الإنسان من القدرة على تطوير أفكاره، وتساعده على التحصيل والبحث العلمي.
2. بواسطة اللغة تنشأ المعرفة الإنسانية وتتكون وتتطور.
3. أنها تساعد على التفكير، والتعبير عن الذات، وكل شيء يريد الإنسان أن يعبر عنه.
4. بها يتم تبادل المعارف والعلوم المختلفة وبها يقنع الفرد غيره ويحاور ويناقش.
5. أنها حفظت للبشرية تاريخها ولولاها لما عرفت البشرية تاريخالأجيال المتعاقبة على مر الدهور والعصور

---

[1] انظر: أبو إصبع، صالح خليل. 2004 . *الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة*، ط5، عمان: دار مجدلاوي للنشر.

[2] محمد، سيد محمد.1998. *الإعلام واللغة*. ط1. القاهرة: دار الفكر العربي. ص 10 – 37.

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

6. أنها استطاعت أن تسجل لنا تجارب الإنسان المتعاقبة –إخفاقاته ونجاحاته–في جميع مجالات الحياة الاجتماعية والفكرية.

12. اللغة الإعلامية:

تعريفها: أبرز تعريف للغة الإعلامية أنها: اللغة التي تمتاز بالبساطة والوضوح، وتنأى ما أمكن عن صفات التعالي على القراء أو التقعر أو الغرابة، وجاءت تسميتها "فصحى العصر" تمييزا لها من "فصحى التراث" وعامية المثقفين والمتنورين وهي جامعة لصحة الفصحى وسلامتها ووضوح العامية وبساطتها[1]

ويُعدُّ علم اللغة الإعلامية من العلوم النظرية التي ظهرت نتيجة التحليلات العلمية التي تبحث في أصول العلاقة المتداخلة بين الإعلام واللغة والتي اتجهت فيها أقلام مجموعة من الباحثين والكتاب إلى دارسة دور اللغة في بناء الرسالة الإعلامية ونقل مضامينها، وقد اهتم هذا العلم بدارسة الأسلوب الإعلامي من حيث معاييره اللغوية، وخصائصه الأسلوبية، كما عُني كثيرا بأسلوب اللغة من خلال عملية الاتصال.

ولكون التعبير اللغوي مهمًا في عملية الاتصال الجماهيري، فإن علم اللغة الإعلامي يهتم بدارسة اللغة في ضوء فكرة الاتصال، ويبحث بخصوصية أكثر دراسة اللغة من حيث:

1. مضمون أو محتوى الرسالة الإعلامية.
2. كيفية صياغة الرسالة الإعلامية.
3. فنون كتابة الرسالة الإعلامية.
4. مدى تعبير الرسالة الإعلامية عن الفكرة الهادفة.
5. قياس فنون استخدام اللغة في الأغراض الاتصالية بالأُطر والنظريات التي تحكم الفروع الأساسية في هذا العلم مثل فقه اللغة، والنحو، والدارسات اللسانية المعاصرة، وانعكاس هذه المفاهيم على تكوين الرسالة الإعلامية.[2]

فالتعبير الإعلامي يتغير ويتأثر بمحتوى الرسالة وظروف التلقي، وقد اتُّفق على أن الأسلوب الإعلامي لا يُقصد به اللغة الأدبية المتمثلة في الشعر والأدب، ولا اللغة العلمية المستخدمة في لغة المختبرات العلمية، إنما هو لغة تُبنى على أساس نسق اجتماعي تحمل مفرداتها وقواعدها وعباراتها طابعا يتميز بالدقة والوضوح والابتعاد عن التحرير الأدبي، والتعميمات الطويلة، والمترادفات اللغوية، وازدواج المعاني، وغيرها من معوقات وصول الرسالة للمتلقي. وقد بحث المهتمون بلغة الإعلام في خصائصها الأسلوبية، وقاموسها، وطبيعتها، وإمكاناتها، ونُظمها فدرسوا هذه المعطيات من نواحٍ لغوية نفسية، ولغوية اجتماعية، ولغوية خالصة، فكان مما ركَّز عليه هؤلاء أن اللغة المنطوقة سابقة للغة المكتوبة، لذلك كان اهتمامهم

---

[1]. السعيد، محمد البدوي. مستويات العربية المعاصرة في مصر . القاهرة. دار المعارف 1973ص89.

[2] نايف خراما. 1997. أضواء *على الدراسات اللغوية المعاصرة*. سلسلة عالم المعرفة، عدد 1. الكويت. ص 249.

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

أكثر بالخصائص الدقيقة للأولى، وقد قادهم هذا الاهتمام باللغة الملفوظة إلى الجدل حول اللغة المكونة لمضامين البرامج التي تقدِّمها الإذاعة والتلفزيون.[1]

ومن النتائج التي ساقها المهتمون بعلم اللغة الإعلامية أنهم فضلوا أن يكون سياق النشاط اللغوي في الأخبار والبرامج الشبيهة بها مكتوبا، أما غيرها من مواد البث الإذاعي والتلفزيوني ففضلوا أن تكون منطوقة وبرروا ذلك بأن للمتلقين عادات سمعية تتوافق وأذواقهم من حيث بنية وأسلوب الأصوات المقروءة والمكتوبة والمعاني المنطوقة، وأن هناك فروقاً بين الكلام المقروء والمكتوب، فللأول خصائص صوتية، وصيغ أسلوبية، وبُنى نغمية، وطرق إلقاء تعكس تكوين الفكرة وتكاملها، وتسلسل الأفكار وترابطها أثناء الكلام بالإضافة إلى تلك الشحنة القوية من المشاعر النابعة عن الكلام وفاعلية هذا كله ومقارنته بالمادة المكتوبة على أُذن المتلقي، والمكتوب لا يملك التأثير نفسه الذي يملكه الكلام المسموع إذ ليس له تأثير قوي، فعملية التأثير الأجدى عند الآخرين تتطلب لغة مباشرة مسموعة، وتواصلا مباشرا، ولقاءات متكررة وممارسة علاقات، والأصل في اللغة المكتوبة أنها تابعة للمنطوقة، فلها الأسبقيّة حكماً، وهما في الوقت نفسه لغة متداولة واحدة صامتة كتابةً وناطقة كلاما .[2]

13.المفردات اللغوية والمضامين الإعلامية:

تكتسب المضامين أو المحتويات الإعلامية التي تشتمل عليها الرسائل الإعلامية بمختلف أنواعها المقروءة، والمسموعة، والمرئية، والتفاعلية، قوتها من اللغة التي تُصاغ بها، بل وتكون اللغة الإعلامية هي الأساس في عملية فك رموز تلك المضامين عن طريق المتلقي لها، فكلما كانت الرسائل مصاغة بلغة واضحة في مفرداتها وأسلوبها في الوسيلة الإعلامية سواءً كانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية، سهَّل ذلك وصول المضمون الإعلامي المراد إيصاله.

ويمتد الإعلام اليوم ليغطي معظم جوانب الحياة الإنسانية إن لم يكن كلها، اجتماعيا، واقتصاديا، وسياسيا، وثقافيا، ورياضيا...إلخ، ولكل مضمون إعلامي من هذه المضامين خصائصه ومتطلباته ومفرداته ومصطلحاته وأساليبه، مع مراعاة مواصفات نوعية الخطاب العام الشامل والنوعي المختص، واللغة العربية الفصحى هي المؤهلة لتغطية هذه المساحات الإعلامية كلها طالما وقد اشترطنا وضوح اللغة في صياغة الرسائل الإعلامية المختلفة، فاللغة العربية تحقق بلا منازع السبق في هذا الجانب لقدرتها غير المحدودة على البيان، كيف لا وقد شرَّفها الله بأن تكون أداة لرسالة الإسلام، إضافة لخصائصها التي سبق الحديث عنها.

وبإيجازٍ شديد يمكن أن نقول: إن اللغة العربية الفصحى تتعامل مع المضامين والرسائل الإعلامية بناءً على معيارين أساسيين هما:

---

[1] فقير، عماد الدين السر.2013. *قراءة في لغة التأنس والدردشة*.بحث مقدم لمؤتمر اللغة العربية الدولي الثاني. الإمارات العربية.ص6 – 8.

[2] بن عمر، محمد صالح ،1985. *تعليم اللغة العربية بالأجهزة الإعلامية*. حوليات الجامعة التونسية. عدد 74. كلية الآداب جامعة منوبة. تونس.ص 321.

1–معيار طبيعة الوسيلة: الإعلام المقروء له تشكيلاته وخصائصه اللغوية التي قد لا تتلاءم والمضامين الإعلامية التي تبث عبر الإعلام المسموع والمرئي، اللذان يتطلبان تعبيرات لغوية مختلفة، وتُسمى هذه العملية بارتباط التركيب اللغوي بطبيعة الوسيلة الإعلامية[1]

2–معيار الهدف من الرسالة: أما المعيار الثاني فتتحد اللغة فيه بحسب القوالب أو الأشكال الخاصة بالمواد أو البرامج الإعلامية التي يُراد إيصالها إلى الجمهور، فالكُتَّاب ومُعِدُّوا المواد والبرامج يتحسبون كثيرا للمعايير اللغوية والفروق الواجب الأخذ بها عند كتابة الأشكال الإعلامية المختلفة، فالأخبار لها لغتها التي تختلف عن التركيبات اللغوية الخاصة بالإعلانات أو الدراما، أو البرامج الخاصة بالطفولة، والحال يختلف كذلك بكتابة الرأي والتحليل .... إلخ.

وهناك أمورٌ ينبغي أن تُراعى يمكن أن تُسمى بـ: أساسيات العمل الإعلامي، وهي عبارة عن مبادئ وأسس أخلاقية وتتمثل في الآتي:[2]

1. الحقائق لا بد ان تكون مدعومة بأرقام وإحصائيات.
2. الموضوعية والتجرد من الذاتية في عرض الحقائق للناس.
3. تحري المصداقية في نقل الحقائق كما هي في الواقع ومن مصادرها المعتمدة.
4. أن يكون الإعلامي الصوت الصادق والمعبر عن واقع الأمة وطموحاتها.

14.اللغة الإعلامية بين الفصحى والعامية:

كما أن اللغة العربية لغة الأدب العربي والشعر العربي وحافظة تراث الأمة العربية، وهي كذلك لغة إعلامية بُنيت على نسق الفن الإعلامي بمفهومه الحديث المتطور على الدوام، والذي يتماشى مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليده، وبما أن اللغة الإعلامية هي دائمة التجدد والتطور فالعربية الفصحى من سماتها –كما سبق–التجدد والتطور.

وكما هو مطلوب من الصحفي الالتزام بقوالب الصحافة المتعارف عليها عند أصحاب الاختصاص، فإنه بالمقابل يتوجب عليه إذا أراد أن يكون صحفيا ناجحا مراعاة قواعد اللغة العربية المتفق عليها نحوا وصرفا وبلاغة، كتابة ونطقا، وأن يحرص حرصا شديدا على البساطة والإيجاز والوضوح بلغة يفهمها الجمهور المتلقي بيسر وسهولة وبطريقة شيقة وجذابة لا تستعصي على فهم المتلقي، وأن يبتعد عن التورية وازدواج المعاني والخصائص اللغوية التي مجالها الشعر والأدب، وهنا تظهر بلاغة اللغة الإعلامية.

وقد أدى استخدام الإعلام للغة العربية بشقيها الفصيح والعامي إلى بروز تيارين لكل منهما رأي ودليل يستند عليه:

---

[1] انظر: عماد الدين تاج، *اللغة العربية ووسائط الإعلام المتعددة، قراءة في لغة التأنس(الدردشة)* عبر *مواقع التواصل والهواتف النقالة*، بحث مقدم لمؤتمر اللغة العربية الدولي الثاني، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، الإمارات.

[2] شمسه، شيما. 2015 . *أخلاقيات العمل الإعلامي من منظور إسلامي*. رسالة ماجستير. كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية. جامعة الشهيد حمه لخضر – الوادي الجزائر. ص 23 – 28.

التيار الأول: وهو تيار اللغة الفصيحة الذي يرى أن استخدام العامية في وسائل الإعلام يؤدي إلى ضعف العربية الفصحى وفسادها، بينما استعمال الفصحى يؤدي إلى فوائد جمة أبرزها تنمية الحس الفني والذوقي والثقافي للغة، وإكساب الجمهور نوعا من الحصانة ضد الدعوات الهدَّامة التي تدعو لتجزئة المجزأ من الأمة العربية على الصعيدين القومي والوطني بينما يصبُّ استخدام الناس للغة العامية في مصلحة تكريس التجزئة الوطنية بشقيها الوطني والقومي.

التيار الثاني: وهو تيار أنصار العامية الداعين لأن تكون اللغة الإعلامية وبجميع وسائلها المختلفة عموما، والمرئي والمسموع خصوصا باللهجات العامية المنتشرة في كل الأقطار، بل وحتى في القطر الواحد إن استدعى الأمر ذلك لأن واقع الحال يفرض استخدام العامية لأنها فرضت نفسها وصارت هي اللغة المفهومة والمشتركة الأقرب إلى الفهم.

وتُرجع الباحثة (فريال مهنا) لجوء اللغة الإعلامية إلى استبدال اللغة العربية الفصحى بالعاميات لعدة أسباب أبرزها:[1]

1. بعض وسائل الإعلام العربية يسودها اعتقاد أن الوسيلة المثلى لمواكبة العصر ومحاكاة الأمم المتقدمة واستقطاب الجماهير يكمن في الابتعاد عن اللغة العربية الفصحى وإحلال العاميات بديلة عنها.
2. البرامج المختلفة لا سيما الترفيهية منها مضامينها تحتم استخدام العاميات، فالفصيحة في نظرهم لا تتلاءم وهذه الأنواع من البرامج.
3. التعصب الذي يبديه البعض من المثقفين والأكاديميين والغيورين بحرفية العربية الفصحى يحدث ردة فعل عكسي لدى بعض تلك الوسائل الإعلامية يؤدي إلى التخلي تدريجيا عن اللغة العربية الفصحى.

وبسبب هذا الواقع فقد أصاب اللغة العربية حيرة بين ولائها لماضيها العريق وماضي أصحابها المشرِّف، وبين مسايرة الوقع المُعاش والأحداث المتجددة والمتسارعة، وحرصًا على العربية الفصحى من التجزئة والضياع وعدم الهبوط بالمستوى اللغوي لدى الجمهور العربي والناطق بالعربية، وحتى لا يتم استخدام لغةٍ قد لا تقدر على التعبير وتصوير الواقع كما هو، فإن المطلوب هو خلق توازنٍ لغويٍّ يكون بمقدوره الولاء لماضيه والالتزام بحاضره المعاش والقدرة على استلهام المستقبل.[2]

15. وسائل الإعلام والارتقاء بالعربية الفصحى:

تُعتبرُ اللغة العربية من أهم الروابط التي تجمع بين أفراد الأمتين العربية والإسلامية، فهي القادرة على تجميع أبناء الأمة في وعاء لغوي واحد، وهي اللغة القادرة على استيعاب جميع الفنون والعلوم والأداب، فهي لغة الرقي والحضارة، وأن أي انفصال بين هذه الأمة وبين لغتها هو انفصال عن التراث العربي

---

[1] مهنا، فريال، لغة الإعلام العربي بين الفصحى والعامية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، عدد2، 2000.

[2] انظر: عماد حسين أحمد، صحيفة دنيا الوطن الإليكترونية، فلسطين، تاريخ النشر:10-12-2009م

https://pulpit.alwatanvoice.com/articles/2009/12/10/182243.html

الكبير، ولهذا يجب أن تكون الوسائل الإعلامية هي القادرة على الحفاظ على هذا الإرث الكبير ونقله للأمة عبر ما تقدمه من برامج ومواد إعلامية، فالإعلام له دور بارز ومهم في الارتقاء والمحافظة على اللغة العربية، ومن ثم نشرها على أوسع نطاق كونها هي أداة التبليغ عبر الوسائل والقنوات المختلفة .

ونظراً للعلاقة المتلازمة بين الإعلام واللغة العربية فإن الإعلام دون لغة قوية ورصينة لا يمكن أن يستقيم دوره، وفي نفس الوقت فإن اللغة دون إعلام متطور لا يمكن لها أن تؤدي دورها ورسالتها في الانتشار والارتقاء بالذوق العام، ولهذا فنحن أمام دور بارز يمكن أن تقوم به الوسائل الإعلامية في الإرتقاء وتطوير اللغة العربية والعمل على توسيع نطاق استخدامها وإغناء مضامينها ومعانيها.[1]

وإذا كان هذا التأثير وهذه العلاقة للإعلام في الحياة اللغوية والفكرية، فإنَ الوسائل الإعلامية بأنواعها المختلفة حينما تلتزم اللغة العربية السليمة تكون قد استطاعت الارتقاء بمستواها ومستوى الوعي لدى جمهورها المتابعين لها.[2]

وهنا يأتي الدور الذي ينبغي أن تقوم به الأجهزة الإعلامية في عملية الإرتقاء بمستوى اللغة العربية واللهجات العامية التي تستخدمها بعض وسائل الإعلام حتى تصبح الألفاظ الفصحى المبسطة هي السائدة والمتبادلة على ألسنة الجمهور تمهيداً لتعميم استخدامها في جميع البرامج والمواد وحتى نستطيع مخاطبة أكبر طبقة من الجمهور والعمل على نشرها فضلاً على أن استخدام وسائل الإعلام المختلفة للعربية الفصحى يمكن أن يلقى نجاحاً من قبل جمهورها، فلغة الإعلام هي لغة المشاركة والتفاعل ولذلك نجد أن الجمهور وبمجرد تعرضه لهذه الوسائل سيسعى للمشاركة في أحداث هذا الواقع.

وقد أظهرت العديد من البحوث أن لوسائل الإعلام دوراً مهماً في الارتقاء باللغة العربية حيث أضافت لها ومن خلال وسائلها عبر قرنين من الزمن العديد من الكلمات والعبارات والتراكيب المبتكرة والجديدة التي عمل الناس على ترديدها نظراً لسهولتها وبساطتها.

وعليه فإنَ كل ما أضيف على اللغة العربية من عبارات وتراكيب قد أثراها، وأمدها بالحيوية وجعلها متسقة مع روح العصر.[3]

إنَ عملية الارتقاء باللغة العربية تتطلب رقابةً مستمرة لأي تحريف قد تقع فيه، وأن تتضافر جهود الجميع، وتتحد جميع وسائل الإعلام بمختلف أنواعها في العمل الجاد من خلال تقديم النماذج اللغوية الصحيحة والعمل على تعميمها، وبهذا تؤصل اللغة العربية لنفسها عند القارئ تذوقه لها كتابةً ونطقاً، وفي نفس الوقت يستشعر روعتها فيحبها ثم يعشقها، ويعمل على حمايتها والارتقاء بها.[4]

---

[1] سالم، رشاد محمد. 2001 . *ضعف الأداء اللغوي في وسائل الإعلام أسبابه وعلاجه*. القاهرة: جمعية حماية اللغة العربية. ص 20

[2] شرف، عبد العزيز. 1989. *وسائل الإعلام ولغة الحضارة*. القاهرة: مؤسسة مختار للطبع والنشر. ص 8

[3] سالم، رشاد محمد. 2001 . *ضعف الأداء اللغوي في وسائل الإعلام أسبابه وعلاجه*. القاهرة: جمعية حماية اللغة العربية. ص 16

[4] أبو الفتوح، محمد حسين. 2000 . *الوعي اللغوي بين قاعات الدرس وأجهزة الإعلام*. جمعية لسان العرب لرعاية اللغة العربية. المؤتمر السنوي، اكتوبر 2000 م. ص 149.

16. أبرز التوصيات:

يمكن الخلوص من هذه الدراسة إلى أبرز التوصيات المتمثلة بالآتي:

1. يجب الأخذ بالحسبان بأنه بقدر ما لوسائل الإعلام من إيجابيات إلاَ أن هناك العديد من السلبيات التي تؤثر على اللغة العربية الفصحى، ويجب التفكير والعمل جدياً في كيفية تفادي هذه السلبيات أو الحد منها.
2. العمل الدائم على عقد الندوات العلمية والتوعوية والتي من شأنها تقديم النصح والتوضيح لجمهور وسائل الإعلام المختلفة لضرورة استخدام اللغة العربية ما أمكن إلى ذلك سبيلا.
3. يجب على الباحثين والمهتمين القيام بالدراسات والأبحاث التي تركز على تأثيرات وسائل الإعلام الحديث لا سيما وسائل االتواصل الاجتماعي على سلوكيات الجمهور وقيمهم وعاداتهم، وعلى قيم الولاء والانتماء.
4. يوصي الباحث كليات ومعاهد اللغة العربية والمراكز التابعة لها بالقيام بإعداد برامج ومعاجم لغوية تتسم بالسهولة واليسر حتى يمكن تطبيقها واستخدامها في وسائل التواصل الإعلامية الحديثة.
5. العمل على عقد دورات تدريبية للطلاب بمراحلهم المختلفة تستهدف تطوير مهاراتهم في استخدام الألفاظ والكلمات العربية في تواصلهم مع الآخرين.
6. إحياء مبدأ الغيرة في نفوس الأفراد على لغتهم وهويتهم، والتأكيد الدائم على ضرورة استخدامها في تواصلهم مع الآخرين عبر وسائل االإعلام المختلفة.
7. ضرورة تفعيل دور المدرسة والجامعة في إلزام وتوعية الطلاب باستخدام اللغة العربية الفصحى فيما بينهم، والارتقاء بلغتهم الفصيحة.
8. العمل جدياً وبالتنسيق مع خبراء ومراكز اللغة العربية على توظيف تكنولوجيا الاتصال ووسائل الإعلام المختلفة في عملية تعلم اللغة العربية والتفاعل معها.
9. إجراء الدراسات والبحوث حول المعوقات التي تجعل الأفراد لايستخدمون اللغة العربية في تواصلهم مع الآخرين، ووضع خطط علاجية للتغلب عليها.
10. القيام برصد وتحليل وتقييم ما ينشر من أخطاء لغوية على وسائل الإعلامية المختلفة وإخضاعها للدراسة المعمقة بهدف الكشف عن حلول وبدائل لغوية لها.
11. دعوة الجهات الرسمية والجمعيات الأهلية المعنية بالحفاظ على اللغة العربية للقيام بدورها الفعَال في توضيح المخاطر والاستخدام السيء للغة العربية في وسائل الإعلام الحديث.
12. السعي الدائم من قبل الجميع وخاصة النخبة وأولياء الأمور على استخدام اللغة العربية والتواصل بها، والابتعاد عن استخدام اللغات الأخرى أو اللغة المشوَّهة.
13. التوسع الكيفي قبل الكمي في تكوين لجان وجمعيات تهتم بالدفاع عن اللغة العربية وحمايتها من أي خطر يهددها، وتشجيع ودعم الموجودة منها في عصرنا الراهن.

14. إنشاء قاعدة بيانات ومعلومات تحتوي على برامج خاصة بتعلم اللغة العربية كتابةً ونطقاً حتى تسهم في نشر اللغة العربية الفصحى.
15. تفاعل الخبراء والأكاديميين وأصحاب الشأن في اللغة العربية مع جمهور وسائل التواصل وتقديم النصح والإرشاد والتوجيه.
16. قيام الجامعة العربية بإيجاد مرصد عربي عالمي مهمته التواصل مع المراكز البحثية المختلفة في الجامعات والمراكز البحثية المتخصصة من أجل إدخال اللغة العربية الفصحى في كل حقل معرفي، بالإضافة لقياس تواجدها في المجتمعات ورصد أي جهد مناهض لها.

الخاتمة:

تم تسليط الضوء فيما سبق على أهمية الإعلام ومكانته، وكيف ينبغي أن يكون الإعلام خادما للعربية حتى تستعيد عافيتها، وتستأنف دورها الريادي والحضاري بين الأمم، وقد صدَّر الباحث هذا البحث بتعريف الإعلام لغة واصطلاحا وصولا للتعريف الجامع من وجهة نظر الباحث، وعن أهمية الإعلام ومكانته، وكيف أنه أصبح من ضرورة الحياة الإنسانية لاسيما بعد ثورة الاتصال الإعلامي المتسارعة التي قرَّبت المسافات وجعلت العالم كله بمثابة بيت واحد، وكيف برزت تلك الصلة الوثيقة بين اللغة والإعلام، وانعكاس الإعلام على اللغة سلبا أو إيجابا وصولا للوظيفة التي ينبغي أن تضطلع بها وسائل الإعلام العربية في سبيل خدمة اللغة الفصيحة، كل ذلك تناوله الباحث في هذا البحث وصولا لأنواع وسائل الإعلام المختلفة والمتمثلة بالمطبوعة، والسمعية، والسمعية البصرية، ومن أجل إدراك مدى العلاقة بين اللغة والإعلام كان لا بدَّ من التطرق بشكلٍ إجماليٍّ للوظائف الأساسية للغة الإعلامية والوقوف على علم اللغة الإعلامي وهو من العلوم النظرية التي ظهرت نتيجة التحليلات العلمية التي تبحث في أصول العلاقة المتداخلة بين الإعلام واللغة، وبما أنَّ الإعلام اليوم امتدَّ وأصبح يُغطِّي جميع جوانب الحياة والمساحات الإنسانية، سياسيا، واقتصاديا، ورياضيا، وثقافيا، وأدبيا، وطبيا، واجتماعيا،...إلخ فإنه لا بدَّ من الوقوف على المفردات اللغوية والمضامين الإعلامية وهوما صنعه الباحث، ووقف الباحث على نظرتيّ الإعلاميين للغة العربية المؤيدة للفصحى والأخرى المؤيدة للعامية والأدلة التي ساقها كلا الفريقين، وأشار الباحث إلى يقع على عاتق الإعلام والإعلاميين من مسؤولية يجب أداؤها في سبيل الارتقاء باللغة العربية حتى تسترد دورها الريادي بين اللغات الإنسانية، وخلص البحث إلى جملة من التوصيات والمقترحات.

المراجع

1. ابن منظور.1988. *لسان العرب*. ط1.ج9.بيروت: دار إحياء التراث العربي.
2. أبو إصبع، صالح خليل. 2004. الاتصال *والإعلام في المجتمعات المعاصرة*، ط5، عمان: دار مجدلاوي للنشر.

3. أبو الفتوح، محمد حسين. 2000 . *الوعي اللغوي بين قاعات الدرس وأجهزة الإعلام*. جمعية لسان العرب لرعاية اللغة العربية. المؤتمر السنوي، اكتوبر 2000 م.
4. بن عمر، محمد صالح، 1985. *تعليم اللغة العربية بالأجهزة الإعلامية*. حوليات الجامعة التونسية. عدد 74.كلية الآداب جامعة منوبة. تونس.
5. حسين، سمير محمد. 1984. *الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام*. القاهرة. عالم الكتب.
6. حمزة، عبد اللطيف. 1965. –عن الباحث الألماني أتوجروت–الإعلام *تاريخه ومذاهبه*. القاهرة: دار الفكر.
7. الحي، جمال محمد. 2012. *مدخل تأريخي لنشأة وتطور التلفاز*. مجلة أما راباك. الأكاديمية العربية الأمريكية للعلوم والتكنلوجيا.
8. ساداتي، سيد محمد .1998م. *ركائز الإعلام في دعوة إبراهيم عليه السلام*. ط2. الرياض: دار عالم الكتب.
9. سالم، رشاد محمد. 2001. *ضعف الأداء اللغوي في وسائل الإعلام أسبابه وعلاجه*. القاهرة: جمعية حماية اللغة العربية.
10. السالم، وارد بدر. 2009 . *الكتاب من عصر المخطوطات إلى العصر الإلكتروني*. مجلة البيان الإماراتية 21 نوفمبر 200
11. السنوسي، مختار مفتاح.2008م. *الإعلام الدولي الأسس والمفاهيم*. الأردن: دار زاهر للنشر والتوزيع.
12. شرف، عبد العزيز. 1989. *وسائل الإعلام ولغة الحضارة*. القاهرة: مؤسسة مختار للطبع والنشر.
13. السعيد، محمد البدوي. مستويات العربية المعاصرة في مصر. القاهرة. دار المعارف 1973ص89.
14. شمسه، شيما. 2015 . *أخلاقيات العمل الإعلامي من منظور إسلامي*. رسالة ماجستير. كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية. جامعة الشهيد حمه لخضر – الوادي الجزائر.
15. الطاهر، مروة عبد الرحمن محمد. 2011. *دور الإذاعات المتخصصة في نشر المعلومات*. جامعة الخرطوم.
16. عماد الدين تاج، *اللغة العربية ووسائط الإعلام المتعددة، قراءة في لغة التأنس(الدردشة)* عبر مواقع *التواصل والهواتف النقالة*، بحث مقدم لمؤتمر اللغة العربية الدولي الثاني، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، الإمارات.
17. عماد حسين أحمد، صحيفة دنيا الوطن الإليكترونية، فلسطين، تاريخالنشر:10–12–2009م
18. فقير، عماد الدين السر. 2013 . *قراءة في لغة التأنس والدردشة*.بحث مقدم لمؤتمر اللغة العربية الدولي الثاني. الإمارات العربية.
19. محمد، سيد محمد.1998.*الإعلام واللغة*. ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.
20. المشاقبة، بسام عبد الرحمن.2013. *الإعلام والسلطة*. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
21. نايف خراما. 1997. أضواء *على الدراسات اللغوية المعاصرة*. سلسلة عالم المعرفة، عدد 1. الكويت.

22. الهيتي، هيثم.2010. *الإعلام السياسي الاخباري في الفضائيات العربية*. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
23. مهنا، فريال، لغة الإعلام العربي بين الفصحى والعامية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، عدد2، 2000.
24. *https://pulpit.alwatanvoice.com/articles/2009/12/10/182243.html*

الإشباعات المتحققة من استخدام شبكات التواصل الإجتماعي لدى طلاب الجامعات السودانية

(دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي فيسبوك بين 2018 -2020 م)

Gatisfactions achieved, from using social networks among Sudanese university students

د. زهير محمد عثمان حسن جار النبي

مستخلص

تناول البحث الإشباعات المحققة لدى عينة من طلاب الجامعات السودانية من استخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي دراسة تطبيقية على انماط التعرض لعينة من طلاب الجامعات السودانية في الفترة ما بين 2018 الى 2010م، حيث هدف البحث إلى التعرف الي استخدامات الطلاب لشبكات التواصل الإجتماعي والإشباعات المتحققة منها. اشتمل البحث على جانبين نظري وتطبيقي، استخدم المنهج المسحي وصفاً وتحليلاً. إذ تناول الباحث في الجانب النظري الإعلام الجديد مفهومه وتطوره ومداخل علماء الإعلام لفهمه وكذا خصائصه ووسائطه كما تناول مفهوم ونشأة وخصائص شبكات التواصل الإجتماعي. جاءت الدراسة التطبيقية بتوزيع استبيان الكتروني على عينة من طلاب الجامعات السودانية وعددها (250) طالباً تم اختيارهم عن طريق العينة العشوائية البسيطة مستخدما (القصاصات الورقية المتساوية) بنسبة 10% في محاولة من الباحث لتقصى استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة من هذه الاستخدامات. خلص البحث إلى عدة نتائج منها: أن الهدف الأساس من استخدام موقع فيسبوك في العملية التعليمية هو تبادل المعلومات والمحاضرات، وأن الطلاب يستخدمون موقع فيسبوك في العملية التعليمية بسبب سهولة توفر المعلومات، ومن النتائج أيضا أن الدافع الأساس من استخدام موقع فيسبوك هو التعرف إلى الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية، ومن النتائج أيضا أن موقع فيسبوك يشبع احتياجات 86% من المبحوثين بشكل عام، ويلبي احتياجاتهم المعرفية ويشبعها بدرجة متوسطة. أوصت الدراسة بحث الطلاب على الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي معرفياً، والاستفادة من صفحات ومجموعات الجامعات والكليات في نشر المحاضرات والمواد العلمية.

الكلمات المفتاحية: الاستخدامات، الاشباعات، شبكات التواصل الاجتماعي، الطلاب.

Abstract

The research dealt with the use of social media networks use and achieved gratifications. It is an applied study on samples of Sudanese Univercites' students during the period 2018-2020. The study goal is to study the student's use of the social media networks. The study included theorical and applied aspects applying the descriptive analytical method, the researcher handled the new media concept development and interaction with the media scholars to understand the media properties, further the researcher studied the media concept development and facebook site. The Researcher studied the concept of social media Uses and gratification theory and its effect of the social media. The applied study conducted through distributing and electronic equal pieces paper questionnaire to randomly selected sample of 250 Sudanese universities' students selected by using the simple random sample in order the researcher can study and find out the uses of social media and the achieved gratification of such usages. The research concluded with several findings; that the main goal of using facebook in educational process is information and lectures exchanging , students using facebook cause of the information availability , and other motivation in using facebook that students to keep with news and current events ,further finding is that the facebook gratified

%86 of the researched samples and meet their knowledge needs at medium degree. One of the researcher recommendation is to encourage students to benefit from the social media networks and universities and colleges groups in publishing and spreading lectures and scientific materials.
Key words: uses, Gratifications, social media networks, students

المقدمة

عكف الإنسان عبر التاريخ وهو يجاهد لتطوير وسائل اتصالاته، سعياً وراء تسهيل تواصله مع سائر البشر وإيصال رسالته بطريقة أسرع، خاصة مع تزايد وتيرة الحياة بتطور وسائل الإعلام، فمن عهد الحمام الزاجل مروراً بالبرقيات ،ثم ظهور الهاتف والتلفاز والتلكس والفاكس والهاتف اللاسلكي في القرن الماضي، حتى أتت نهاية ذلك القرن بانبلاج فجر تكنولوجي جديد، مفتاحه تطور تقنية الاتصال مصحوباً بتقنيات صناعة الحاسوب، فوصل الأنسان إلى قمة الحضارة من خلال استمرار تطوير تقنية الأنترنت•، فظهر ابتكار مهم آخر ألا وهو تقنية الشبكات الاجتماعية أو ما يعتبره البعض بمصطلح التواصل الاجتماعي.[1]

شهدت نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين إلى يومنا هذا تطورا كبيرا لمفهوم التقدم العلمي والتكنولوجي الذى لم يعد يعتمد على النجاحات الفردية التي حققها بعض العلماء في القرون السابقة، فقد تسببت ثورة المعلومات في تضاعف المعرفة الإنسانية وتراكمها بسرعة كبيرة وخصوصا المعرفة العلمية والتكنلوجية، وأدت العولمة إلى أسقاط حاجز المسافات والزمن وأصبح التقدم التكنولوجي هو الحلقة الحاسمة لتحقيق التقدم في جميع المجالات، حيث أصبح لشبكات التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في تشكيل الأفراد والجماعات حاليا مما يجعلها سلاحا ذو حدين حسب استخدامها بطريقة إيجابية أو سلبية، إن لشبكات التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة، فقد أصبحت شهرتها واسعة، وكبثيرة التعامل ما بين الناس، حيث يتواصلون عبر هذه المواقع للتعرف على بعضهم البعض ومعرفة أخبار بعضهم البعض وإرسال رسائل وتلقي الأخبار والموضوعات وكل ما هو جديد في الساحة، وتستخدم للترفيه بالإضافة الى استخدامات مختلفة لشبكات التواصل الاجتماعي تختلف باختلاف أعمار ودرجة تعلم مستخدميها.

تشكل شبكات التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي إحدى أكثر وسائل الاتصال والتواصل الجماهيرية انتشارا وتأثيرا في المجتمع وبالأخص في فئة الطلاب، كونها تجمع ما بين الصوت والصورة والنص في آن واحد، نتيجة سيطرتها على أكثر الحواس حساسية وتأثيرا وهما كل من حاستي السمع والبصر في نفس الوقت، وقد استطاعت استقطاب مختلف فئات الجمهور بغض النظر عن أعمارهم وجنسياتهم ومستوياتهم العلمية والاجتماعية، حيث تقدم لهم كما كبيرا من الصفحات والبرامج والمحتويات المتنوعة

•الأنترنت هو نظام ووسيلة اتصال من شبكات الحاسوبية يصل ما بين حواسيب حول العالم ببروتزكول موحد هو بروتكول وأنترنت، تحمل الأنترنت اليوم قدرا عظيما من البيانات والخدمات، ربما كان أكثرها شيوعا اليوم صفحات النصوص الفائقة المنشورة على الويب كما أنها تحمل خدمات أخري مثل البريد وخدمات التخاطب الفوري، وبرتوكولات نقل الملفات والاتصال الصوتي وغيرها، (http:ar.wikipedia.org/wiki)

[1] خالد غسان المقدادي، ثورة شبكات التواصل الاجتماعي، دار النفائس للنشر والتوزيع 2013، ط1، ص 8.

التي ترضي جميع الأذواق بفئاته المختلفة وبالأخص ما يقدمه موقع فيسبوك من مضامين متنوعة وقدرته على تكوين وبناء صورة ذهنية لدى الطلاب.

مشكلة الدراسة:

نظرا لتزايد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مجتمعنا السوداني على اختلافه وتنوعه وبصفة خاصة في صفوف الطلاب الذين يستخدمونه انجذابا أو احتياجا لما يقدمه من خدمات متنوعة من تواصل مباشر وخدمات الرسائل والأخبار والترفيه والتنفيس والترويح عن النفس وزيادة مخزونهم المعرفي في هذه المرحلة من العمر واحتياجهم للمعرفة العامة والعلمية، إلا أن الأمر لا يتوقف عند مجرد الاستخدام والتعرض فقط وإنما على ما يترتب من هذا الفعل من نتائج مختلفة، خاصة إن موقع فيسبوك يحمل العديد من القيم والعادات الغربية عن المجتمع السوداني ، وذلك بحكم إنتاجه في سياقات اجتماعية وثقافية مختلفة عن المجتمع السوداني خاصة بالنسبة إلى استخدامه من طرف فئة خاصة وحساسة وهي فئة الطلاب الجامعين.

تتمحور مشكلة البحث حول الدور المؤثر والواضح الذي باتت تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في تشكل رأي عام وفي تغير سلوكيات الأفراد والجماعات ومن انتشار المعارف بطريقة سريعة وسهلة ولكنها غير أمنة في معظم الأحيان، التواصل الاجتماعي.

وبالإضافة الى الايجابيات التي توفرها امكانيات شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التعليم، والتي تعتبر فرصة حقيقية للطالب الجامعي فتطور هذه التكنولوجيا يمكن استغلالها نظم التعليم مما يساعد الطالب على تحسين مستواه الدراسي. لمواكبة التطور الحاصل عبر

ونظرا لأهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتزايد عدد مستخدميها ومنهم الطلاب الجامعين، الفئة المؤثرة في المجتمع الامر الذي يقتضي دراسة استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع ومعرفة مدى التأثير الذي يحققه هذا الاستخدام وهذا بهدف التوصل الى الاجابة عن التساؤل الجوهري لهذه الدراسة **ويمكن تلخيص مشكلة البحث في التساؤل الرئيس التالي: ما الاشباعات المتحققة من استخدام الطلاب الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام وموقع فيسبوك بشكل خاص؟**

أهداف الدراسة

1. دراسة الدوافع واحتياجات الطالب الجامعي من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
2. التعرف إلى الإعلام الجديد ووسائطه.
3. الكشف عن استخدامات الطلاب الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي.
4. تحديد أنماط دوافع واحتياجات الطالب الجامعي من مواقع التواصل الاجتماعي.
5. الوقوف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق الحاجات المعرفية للطلاب.
6. الوقوف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق الحاجات الاجتماعية والنفسية والمادية للطلاب.

7. التعرف على دور الجامعات والمعاهد التعليمية في ترشيد الطلاب لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة العلمية.

8. التعرف على الاشباعات المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

فرضيات البحث:

الفرضية الأولي: أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في إشباع رغبات الطلاب المعرفية.

الفرضية الثانية: لم تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في إشباع رغبات الطلاب المعرفية.

الفرضية الثالثة: هنالك تفاوت في إشباعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما موقع فيسبوك لدى طلاب الجامعات السودانية.

تساؤلات البحث

يسعى البحث للإجابة على التساؤلات الآتية:

1/ ما عادات وأنماط استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي؟

2/ ما أنماط الدوافع واحتياجات الطالب الجامعي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

3/ ما الإيجابيات والسلبيات من استخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي؟

4/ ما الاشباعات المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

مجتمع وعينة البحث:

يمثل مجتمع البحث لهذه الدراسة شرائح الطالب الجامعي في الجامعات السودانية داخل ولاية الخرطوم عاصمة جمهورية السودان، من كلية علوم الاتصال وكلية علوم المختبرات داخل جامعة السودان للعلوم والتكنلوجيا وكلية الآداب – قسم الإعلام وكلية علوم المختبرات داخل جامعة الخرطوم من مستخدمي موقع فيسبوك.

عينة البحث:

تعرف العينة بأنها جزء من المجتمع يتم اختياره لتمثيل المجتمع، أما المعاينة فتعرف بانها عملية اختيار جزء من المجتمع الإحصائي للاستدلال على خواص المجتمع بأكمله عن طريق تعميم نتائج العينة لذا استخدم الباحث العينة العشوائية البسيطة (متعددة المراحل) في جميع مراحل اختيار العينة، حيث أنه تم اختيار جامعتين من بين 20 جامعة داخل ولاية الخرطوم هم(جامعة السودان للعلوم والتكنلوجيا وجامعة الخرطوم) وتم اختيار كليتين من 20 كلية داخل الجامعتين وهما كلية علوم الاتصال وكلية علوم المختبرات جامعة السودان للعلوم والتكنلوجيا، وكلية الآداب– قسم إعلام وكلية علوم المختبرات جامعة الخرطوم عن طريق (طريقة البطاقات المتماثلة "القرعة–سحب البطاقات"). فتم اختيار عدد 250 عينة من طلاب الكليات الأربعة مستخدمي موقع فيسبوك يمثلون 10% من طلاب الكليات أعلاه عن طريق توزيع الاستبانة الالكترونية لهم في الفترة من 05 أغسطس 2020 إلى 20 اغسطس 2020.

منهج البحث:

المنهج هو التقصي المنظم الذى يقوم به الباحث من خلال اتباع أساليب ومناهج علمية تحدد الحقائق العلمية، لذا استخدم الباحث **المنهج الوصفي**، الذي يركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف أو جماعة أو أفرادا معينين وتكرار حدوث الظواهر المختلفة وتستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة أو مواقف معينة، يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة أو من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو الحكم فيها أو بهدف تقدير عدد مرات تكرار حدوث ظاهرة أو مجموعة من الظواهر،[1] بغرض الحصول على المعلومات والبيانات باستخدام الاستبانة.

أدوات جمع البيانات:

الاستبانة: وهي مجموعة من الأسئلة التي تصاغ بشكل دقيق وتوضع في ورقة تسمى استمارة أو استبانة، تُعطى للمجيب وعليه أن يجب عن الأسئلة الموضوعة.[2]

الملاحظة: كما استخدم الباحث الملاحظة كأداة لجمع البيانات.

تعريف المفاهيم والمصطلحات:

1/الإعلام الجديد:

هناك عدة تعريفاتٍ للإعلام الجديد منها أنّه: اندماجٌ يحصل بين الحاسوب وشبكة الإنترنت والوسائط المتعددة. أو كلّ وسائل الاتصال التي جاءت من الاندماج بين الحاسوب ووسائل الإعلام التقليدية، والتصوير الفوتوغرافي، والفيديو، والطباعة، وتقنيات الصوت. ورغم تعدّد التعريفات يبقى هناك حالتين يتميز بها الإعلام الجديد عن القديم، وهما: الكيفية، والتفاعلية، فالكيفية هي طريقة بثّ مواد الإعلام التي تعتمد على دمج الصوت، والنص، والصورة، واستخدام الحاسوب كجهازٍ رئيسيٍ في عمليات الإنتاج، أمّا التفاعلية فهي الفرق الذي أحدثته هذه الوسائل في المجتمع وبين الناس، وهي من أهمّ ميّزات الإعلام الجديد.[3]

2/ موقع فيسبوك:

يمكن تعريفه بأنه يعتبر إحدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم، وهو موقع إلكتروني، تملكه شركة فيسبوك المساهمة العامة. تتعدد الجهات التي تستخدم فيسبوك في الوقت الحالي وتتعدد الأغراض أيضاً، فقد يستخدم فيسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو لأغراض ترفيهية أو للعلاقات الاجتماعية أو للتجارة والدعاية والإعلان، فقد ارتبط موقع التواصل الاجتماعي

---

[1] سمير محمد حسين <u>دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث اعلام</u>،ط1 1976، ص 123

[2] محمد منير حجاب: <u>المعجم الإعلامي</u>، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004، ص: 46.

[3] خالد غسان يوسف المقدادي، <u>ثورة الشبكات الاجتماعية</u>، مرجع سابق ص 15.

فيسبوك في كافة مناحي وأمور الحياة ومتطلباتها. لما وفره من سهولة في تكوين القاعدة الجماهيرية المطلوبة لأي عمل من هذه الأعمال، ولما وفره أيضاً من سهولة في نشر الآراء والأفكار والأنشطة التي تصل إلى مختلف الناس مهما كانت شرائحهم وفي أسرع وقت ممكن[1].

3/الاستخدام:

يمكن تعريفه من خلال هذه الدراسة، بعملية التصفح التي يقوم بها الطالب الجامعي لموقع فيس بوك والاطلاع على آخر المستجدات في جميع المجالات المعرفية والمعلوماتية والعلمية والتواصل بينهم.

4/الإشباع:

أن الإشباع "هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف ما أو خفض دافع ما، فالإشباع في نظرية التحليل النفساني تعني خفض التنبيه والتخلص من التوتر"[2]. ووفق نظرية الاستخدام والإشباع فإن "الأفراد يوصفون بأنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة، يطلق عليها الإشباعات"[3].

وتهتم نظرية الإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، حيث تحولت النظرة إلى الجماهير في هذه النظرية من كونها عنصرا سلبيا غير فعال، إلى كونها عنصرًا فعالًا ونشيطًا فى انتقائها للرسائل والمضامين التي تفصلها من وسائل الإعلام المختلفة، وأن الجمهور يتعرض لهذه الرسائل والمضامين لإشباع رغبات كامنة، استجابة لدوافع الحاجات الفردية لديه.

ويذكر حجاب محمد منير أن هذه النظرية تعد" بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال، حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار"[4].

وتعنى هذه النظرية في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية، من خلال دراسة الوسائل التي تشبع رغباته، وتلبي احتياجاته الكامنة، ووفق هذه النظرية التي جاءت كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية، فإن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما يعرض عليه فى وسائل الإعلام، بل هو يختار بوعي الوسيلة التي يرغب فى التعرض إليها، ويملك غاية محددة يسعى لتحقيقها من خلال تعرضه لوسائل الإعلام.

فالجمهور باحث نشط يبحث عن مضمون يبدو أكثر إشباعا له. وكلما كان المضمون قادرا على إشباع احتياجات الأفراد كلما ازدادت نسبة اختيارهم له. والجمهور هنا هو قارئ الصحيفة أو الكتاب أو المستمع إلى المذياع أو مشاهد التلفاز أو المتفاعل مع الانترنت.

---

[1] تعريف فيسبوك تاريخ الدخول 16 فبرير 2021 رابط الموقع:

[2] على قسايسية، **السلوك الاتصالي للجمهور: خلفيات سيكو–سوسيولوجية، الوسيط في الدراسات الجامعية** (الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع، الجزء 7، 2004) ص 126.

[3] حسن عماد مكاوي، **نظريات الإعلام، (بيروت: الدار المصرية اللبنانية، ط1،2009)** ص 146.

[4] حجاب محمد منير، **نظريات الاتصال، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2010)** ص 298.

كما أن الجمهور يعد كطرف فاعل في العملية الاتصالية، يساهم في استمرارها وحركتها. وله دور نقدي، يتمثل في مدي استمرار عملية التعرض أو الانسحاب منها، حيث يبدأ الفرد أو الجمهور فى تقويم ما يحصل عليه من معلومات حتى يطمئن إلى تامين حاجاته من التعرض، متأثرا فى هذا التعرض بالعوامل الوسيطة التي تؤثر على عملية التعرض.

وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى "الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وعن دوافع استخدامها، ثم الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التواصل إليها، ومن ثم الكشف عن الإشباعات المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تحقيقها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال، وكذا العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام والتعرض، والاشباعات الناتجة عن ذلك التعرض"[1].

وحسب وينر **"Wenner"** فإن وسائل الإعلام تحقق نوعين من الإشباعات هي:

1-إشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض إلى محتوى وسائل الاعلام.

2-إشباعات العملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بالوسيلة الإعلامية ذاتها.[2]

ويمكن إجمالا تحديد حاجات الأفراد التي تحتاج إلى الإشباع، باستخدام وسائل الإعلام على ضو ما جاء به كل من كانز وجوريفيتش وهاس وهذه الحاجات هي:

* الإشباعات المعرفية: وهي الحاجات المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة وفهم بيئتنا، وهي تستند إلى الرغبة في فهم البيئة والسيطرة عليها، وهي تشبع لدينا حب الاستطلاع والاكتشاف.

* الإشباعات الوجدانية: وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية، والبهجة والعاطفة لدى الأفراد، ويعتبر السعي للحصول على البهجة والترفيه من الدوافع العامة التي يتم إشباعها عن طريق وسائل الإعلام.

* إشباعات الاندماج الشخصي: لتعزيز الشخصية وهي الحاجات المرتبطة بتقوية شخصية الفرد من حيث مصداقيته، والثقة بالنفس، والشعور بالاستقرار، ومركز الفرد في المجتمع، وتتبع هذه الحاجات من رغبة الفرد في تحقيق الذات.

*إشباعات الاندماج الإجتماعي: وهي حاجات تتبع من رغبة الفرد للانتماء للجماعة. وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الاتصال بالعائلة والأصدقاء، والعالم.

* الإشباعات الهروبية: وهي الحاجات المرتبطة برغبة الفرد في الهروب، وإزالة التوتر، والرغبة في تغير المسار الذي يكون فيه [3].

---

[1] حسن عماد مكاوي، **نظريات الإعلام، مرجع سابق** ص 370

[2] حسن عماد مكاوي، ليلي السيد حسن، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط 2، 2002) ص 159

[3] حسن عماد مكاوي، **نظريات الإعلام، مرجع سابق** ص 159-160

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: استخدام الجمهور لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي[1]

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدامات الجمهور لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي من خلال التطبيق على عينة من مستخدمي موقع فيسبوك ، حيث سعت إلى محاولة رصد الأسباب والدوافع التي تقف وراء استخدام موقع فيسبوك والتعرف إلى مختلف الإشباعات التي تتحقق من خلال هذا الاستخدام ، ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي التحليلي حيث استخدمت أداتي الاستبيان والمقابلة لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث على عينة من المدارس الثانوية بمدينة المسيلة بالجزائر مكونه من (470) طالب وطالبة تم اختيارهم بطريقة قصدية.

من أهم نتائج الدراسة أن أقوى الدوافع التي تقف وراء استخدام المراهقين لموقع فيسبوك هي الاطلاع على ما هو جديد والتسلية باعتباره بديلا عن وسائل الاتصال التقليدية ، كما يهدفون من خلال استخدامهم إلى التواصل مع الأهل والأصدقاء ، فأغلب المبحوثين يشعرون بالراحة عند استخدامهم موقع فيسبوك لآنه يمنحهم مساحة أكبر للتحاور والنقاش مع الأصدقاء ويزودهم بالأخبار والمعلومات وهذا يشبع حاجاتهم للتواصل والتفاعل الاجتماعي، ومن نتائج إجماع أغلب المراهقين أن أكثر سلبيات موقع فيسبوك أنه يدفع إلى الإدمان والانعزال عن المجتمع وإضاعة الوقت، كما يؤدي إلى تكوين علاقات اجتماعية وصداقات سطحية واكتساب سلوكيات دخيلة عن المجتمع وفقدانهم للخصوصية، كما أبدى أغلب المبحوثين رضاهم عن مستوى خدمات موقع فيسبوك فهو بالنسبة لهم وسيلة للتواصل والتفاعل مع الأشخاص ويزودهم بالأخبار والمعلومات الجديدة، كما أنه وفر لهم وسيلة جديدة للتسلية والترفيه.

الدراسة الثانية: استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة[2]

تهدف الدراسة للتعرف إلى استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة، وما دوافع طلبة الجامعات لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومدى الثقة بمعلوماتها وما هي المقترحات للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي، فاستخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي معتمدا على نظرية الاستخدامات والإشباعات.

من اهم نتائج الدراسة أن 90% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وبينت الدراسة أن موقع فيسبوك هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما، وتصدر دافع التواصل مع الزملاء والأصدقاء سبب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بعده الحصول على المعلومات واكتساب خبرات ثم

---

[1] نجاة بن صالح **استخدام الجمهور لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي** موقع فيس بوك أنموزجا دراسة تطبيقية على عينة من جهور المراهقين المتمرسين بالجزائر، الجامعة العربية الألمانية للعلوم والتكنلوجيا 2016 رسالة دكتورة منشورة.

[2] صلاح محمد أبو صلاح، **استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة**، الجامعة الإسلامية غزة رسالة ماجستير منشورة 2014 م

دافع التسلية وقضاء أوقات الفراغ، وبينت الدراسة إن الموضوعات الترفيهية تصدرت أبرز الموضوعات التي يطلع عليها المبحوثين.

من أهم توصيات الدراسة ضرورة الاستفادة من إمكانيات شبكات التواصل الاجتماعي وتوظيفها في خدمة القضية الفلسطينية بمختلف جوانبها في ظل الإقبال الكبير لدى الجمهور الفلسطيني عليها، ضرورة تنظيم الوقت في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ضرورة اهتمام الجامعات الفلسطينية بشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في العملية التعليمية، ضرورة أن تسعى وسائل الأعلام التقليدية وخاصة الصحف لتطوير محتواها، العمل على تعزيز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت.

الدراسة الثالثة: استخدام شبكتي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر والإشباعات المتحققة[1]

تهدف الدراسة إلى معرفة طبيعة استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكتي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر، وكذلك الوقوف على أنماط استخدام الموقعين، وتحديد دوافع استخدامهما من الفئة المبحوثة، فضلا عن بيان الموضوعات التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية لموقعي فيسبوك وتويتر، ثم بيان الإشباعات المتحققة منها، وأيضا تشخيص الفروقات في الخصائص الفنية والاتصالية بين فيسبوك وتويتر.

انتهج البحث المنهج الوصفي وتطبيق العينة الطبقية، كما تألف مجتمع الدراسة من طلبة الجامعة الأردنية وجامعة الشرق الأوسط كنموذجين عن الجامعات الأردنية وتم استخدام أداتي الملاحظة والاستبانة.

من أهم نتائج الدراسة أن شبكة فيسبوك من أكثر المواقع استخداما لدى عينة البحث بعدها تويتر ثم يوتيوب، وأن الهواتف الذكية الأكثر استخدما لهذه الشبكات التواصل التواصلية، ومن النتائج أيضا أن أكثر دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة فيسبوك هو التواصل مع الأصدقاء والأهل والتفاعل معهم اجتماعيا وفكريا وشخصيا، ومتابعة أخبارهم وصورهم وكل ما يتعلق بهم بينما أكثر دوافع استخدام العينة لشبكة تويتر هو الحصول على المعلومات والثقافة العامة عن القضايا المختلفة من دون حدود للزمان والمكان، أما أكثر الموضوعات التي فضلتها العينة ونالت اهتمامهم في الموقعين هي الموضوعات الثقافية في شبكتي فيسبوك وتويتر، بينما كانت أقل الموضوعات التي نالت اهتمام العينة في الشبكتين هي موضوعات الرعاية والتسويق.

أما أكثر الإشباعات التي حققتها شبكة فيسبوك للعينة ازدياد استخدام شبكة فيسبوك من خلال الموبايل وفى شبكة توتير أكثر الإشباعات تحقيقا تطوير شبكة تويتر بعض المهارات مثل إبداء الرأي بحرية والتواصل والحوار والثقة بالنفس والأبداع.

أكثر الوسائط المتعددة التي تفاعلت العينة معها في شبكة فيسبوك هي "النص" تم "الصورة "ويليها "الصوت" ثم الرسوم المتحركة ثم الفيديو.

---

[1] الاء محمد الرشيد **استخدامات شبكتي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتوتير و الإشباعات المتحققة** لدى طلبة الجامعات الأردنية "دراسة ميدانية على جامعتي الأردنية والشرق الأوسط ، جامعة الشرق الأوسط ، رسالة ماجستير منشورة 2013 م

تطور الإعلام الجديد

ظهر مصطلح الإعلام الجديد بعد التطورات التي شهدها العالم في المجالات الإعلامية والسياسية والاقتصادية والثقافية، وتبلور مصطلح الإعلام الجديد بعد ظهور التأثيرات التي أحدثتها التطورات التكنولوجية والتقنية في مجال الاتصال والكمبيوتر، وبالخصوص الثورة التي أحدثتها شبكة الأنترنت في الجانب الاتصالي والإعلامي، والتي أصبح الجمهور يعتمد عليها في جميع مجالات الحياة من اتصال وتعليم وترفيه وتثقيف وتسويق، بحيث مكنت شبكة الأنترنت الجمهور من القيام بالعديد من النشاطات وهو جالس في مكانه، لكن فكرة بناء نظام جديد للإعلام كانت مترسخة في أذهان الدول النامية من خلال العديد من المطالبات بإصلاح النظام الدولي للإعلام وضرورة التكافؤ في تدفق المعلومات والأخبار بين دول الشمال ودول الجنوب[1] وكانت بداية مطالب الدول النامية لمعالجة الاختلال في النظام الاتصالي والإعلامي في المؤتمر العام لليونسكو في عام 1970م حول مشكلة اختلال التوازن في تدفق الإعلام والمعلومات بين الدول الصناعية المتقدمة والدول النامية، إذ طالبت الدول النامية بضرورة تعديل نظام التدفق في اتجاهين باعتبار ذلك حقا أساسيا لها للتعريف بنفسها، لكن البداية الفعلية لسعي الدول النامية كانت تنتمي لحركة دول عدم الانحياز التي قررت خلال مؤتمر القمة الرابع لدول عدم الانحياز في الجزائر عام 1973 الذي على دعم نقل الأفكار والمعلومات وتوسيع تنظيم قنوات الاتصال. وتوالت جهود منظمة اليونسكو ودول عدم الانحياز بإقامة العديد من المؤتمرات لكنها لم تفلح بتحقيق ما تطمع إليه بإقامة نظام اتصالي وإعلامي جديد[2].

وفي تسعينيات القرن العشرين ومع انهيار الاتحاد السوفيتي، وتراجع الشيوعية كقوة داعمة لفكرة النظام الإعلامي الجديد وحق الاستقلال الإعلامي للدول النامية، ومع ظروف انهيار الاتحاد السوفيتي واجهت العديد من الجهات، وبعض الشركات العالمية قضية النظام الإعلامي الجديد وحتى اليونسكو قللت من اهتمامها به، حيث أن منظمة اليونسكو تخلت عن فكرة النظام الإعلامي الجديد كقضية عالمية[3].

في عام 2003م عقد مؤتمر جنيف لتجسير الرقمية والذي قرر فيه ممثلو شعوب العالم رغبتهم والتزامهم المشترك لبناء مجتمع المعلومات وتقليص الفجوة الرقمية، وأكدوا على عزمهم السعي من أجل ضمان استفادة جميع الفرص التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطويرها وتوسيع تطبيقاتها لتشمل جميع دول العالم، وأكدوا أيضا على ضرورة تعزيز التنوع الثقافي والاجتماعي، والاعتراف بدور وسائل الإعلام في تقليص الفجوة[4].

---

[1] وسام راضي، ومهند التميمي <u>الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة دار الكتاب الجامعي</u>، **2017**، ص 64

[2] راسم محمد الجمال، <u>نظام الاتصال والإعلام الدولي الضبط والسيطرة</u>، القاهرة، الدار المصرية 2009،ط 1 ص 88-91

[3] عباس مصطفى صادق، <u>الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات</u>، مصدر سابق، ص 20.

[4] <u>القمة العالمية لمجتمع المعلومات المنعقد في جنيف</u> .3- 2، 12 ديسمبر 2003 ، ص 1 /03/2020 متاح بتاريخ 7 http://www.un.org/arabic/conferences/wsis/gen_docs.htm

مفهوم الإعلام الجديد

يعتبر الإعلام الجديد من أهم المفاهيم والمصطلحات الإعلامية التي ظهرت في المدة الأخيرة وانتشر استخدامها وتداولها بين الباحثين والمتخصصين في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري، إذ شاع تداولها واستخدامها بعد ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي وما أحدثته من تغيرات وتأثيرات في جميع المجالات، واستطاعت أن تستحوذ على اهتمام الجمهور خلال مدة قليلة وأن تحدث تغيرات وتحولات عميقة في أغلب المجتمعات، وبالخصوص التغيرات والتأثيرات السياسية والاجتماعية والثقافية في المجتمع، إذ لعبت دورا كبيرا في التغيرات والتأثيرات السياسية بحيث أطاحت بالعديد من الحكام والرؤساء الذين كانوا يهيمنون على وسائل الإعلام التقليدية وهذا ما دفع الجماهير خصوصا عندنا في السودان إلى تبني الوسائل الجديدة وجعلها وسائل إعلامية مغايرة عن الوسائل التقليدية والتي تعبر عن أراءهم وتوجهاتهم نحو القضايا والموضوعات.

في الجانب الإجتماعي لعبت وسائل الإعلام الجديدة ثورة كبيرة في التواصل الإنساني متجاوزة الحدود والعقبات والعادات والتقاليد التي كانت تشهدها بلدان العالم، واستطاعت أن تدمج المجتمعات الأخرى ولها دور كبير في الاتصال والتواصل الاجتماعي بين الجمهور وعلى مسافات متباعدة، فلا توجد أي عقبات أمام الجمهور للتواصل والتفاعل بينهم وتبادل الآراء والخبرات الشخصية والعامة [(1)].

ووضح العديد من الباحثين تعريفات الإعلام الجديد والناتجة من رؤية وتصورات كل واحد منهم لهذا الإعلام، ومن هذه التعريفات ما يأتي:

1 – تعريف الإعلام الجديد وفقا للموسوعات والقواميس:

تعرف موسوعة **PCMagazine encyclopedia** الإعلام الجديد عبر مدخلين هما[2]:

أ/ هو شكل من أشكال التواصل في العالم الرقمي، والذي ينتشر عبر الأقراص الرقمية المدمجة وأقراص الفيديو الرقمية، أو الأهم من ذلك عبر الانترنت، ذلك يعني أن المستخدم يحصل على المواد عبر سطح المكتب أو الكومبيوتر المحمول أو الهواتف الذكية، إذ أن جميع شركات العالم تطورت بفعل الإعلام الجديد.

ب/ وسيلة جديدة للتواصل في العالم الرقمي، والذي يسمح لمجموعات صغيرة من الناس بالتجمع عبر الأنترنت للتبادل وبيع البضائع والمعلومات، فضلا عن سماحه للعديد من الناس على أن يكون لهم صوت في مجتمعهم وفى العالم بشكل عام.

---

[1] وسام راضي، مهند التميمي **الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة** مرجع سابق ص 71

[2] new media.in PC **Magazine encyclopedia**. http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/47936/new-media متاح بتاريخ 9/3/2020

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

ويعرف الإعلام الجديد كذلك بأنه: (جميع أشكال الإعلام الرقمي، الذي يقدم في قالب رقمي تفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام جهاد الكمبيوتر كأداة محورية من أجل عملية الإنتاج والعرض، وأن التفاعلية هي جزء منه وهي أيضا ما يميزه ومن أهم سماته)[1].

في حين عرفت موسوعة ويبوبديا **Webopedia**[(2*)] الإعلام الجديد بأنه: (مصطلح عام يشير إلى أشكال الاتصالات الإلكترونية المختلفة والتي أصبحت ممكنة عبر استخدام تكنولوجيا الكومبيوتر، ويرتبط الإعلام الجديد بالأشكال القديمة من وسائل الإعلام كالصحف والمجلات والتي تمتاز بسكون نصوصها وصورها مقارنة مع الإعلام الجديد الذي يتصف بحالة التغير المستمر)[3].

2 تعريف الإعلام الجديد وفقا للدراسات الأجنبية:

عرفت كلية شيردان **(Sheridan)** التكنولوجية الإعلام الجديد بأنه: (كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، الذي يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلة رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض)[4]. وهنالك من عرفه بأنه: مصطلح يستخدم لوصف أشكال الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة باستخدام الكومبيوتر كمقابل الإعلام القديم الذي يشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات، والراديو والتلفزيون إلى حر ما وغيرها من الوسائل الساكنة)[5].

وعرف كذلك بأنه: (مصطلح يشير إلى وسائل الإعلام الرقمية التي تمتاز بالتفاعلية والتي تتم الاتصال فيها باتجاهين، وهي شكل من أشكال الحاسبات بحيث لا تنتجها وسائل الإعلام التقليدية مثل الراديو والتلفزيون، إذ ان وسائل الإعلام التقليدية لا تحتاج إلى تكنولوجيا الحاسبات في الإنتاج)[6].

تعريف الإعلام الجديد وفقا للدراسات العربية:

عرف عدد من الباحثين العرب الإعلام الجديد بأنه: (مصطلح يضم تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية كافة التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده

---

[1] مي العبد الله، المعجم في **المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال:** المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، بيروت، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، 2014، ص 47.

2 مويبوبيديا هي **موسوعة التكنولوجيا عبر** الإنترنت، المتخصصة في تكنولوجيا المعلومات والتي توفر تعريفات للكلمات والعبارات والاختصارات المتعلقة بالحوسبة وتكنولوجيا المعلومات وهي موسوعة مجانية

[3] **New media. In Webopedia**. /http://www.webopedia.com/TERM/N/new_media.html2010/03/09 متاح بتاريخ

4 صلاح عبد الحميد، **الإعلام والثورات العربية**، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، (2013) ص 63

[5] Steve jones، **Encyclopedia of new media: an Essential Reference to communication and technology**، sage publication ,2002.

6 نقلاً عن: عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة** مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، العدد. 207، ص 171

[6] Robert k. Logan, **understanding new media: extending Marshall McLuhan**، new York, die deutsche national bibliothek, 2010, p4 .

وبالشكل الذي نريده عبر الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو عير المتصلة بالأنترنت والتفاعل مع المستخدمين الأخرين أينما كانوا)[1].

كما يعرف بأنه: (إعلام متعدد الأشكال "مسموعا ومرئيا ومقروءا"، والوسائط والنماذج "يوتيوب، مدونات، مواقع صحافة الكرتونية" يعتمد بشكل أساسي على شبكة الأنترنت بميزاتها المتعددة، وعلى تحويل وسائل الإعلام التقليدي إلى الوسائل الكرتونية مع تميزه عن الإعلام التقليدي بخصائصه مثل الحرية الواسعة والتفاعل والتنوع والشمول)[2].

وهناك من عرفه بأنه: (الأشكال والخدمات الإعلامية "الجديدة" كافة التي تعتمد على وسائط البث الرقمية، التفاعلية والوسائط المتعددة، وأن نشأته ونموه وانتشاره مرتبط بشبكة المعلومات الدولية(الانترنت) والتطورات التقنية المتواصلة في البث الرقمي بوجه عام)[3].

كذلك عرف بأنه: (مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي مكنت من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله عبر الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالانترنت)[4].

ومهما اختلفت التعريفات في تحديد مفهوم الإعلام الجديد إلا إنها تشير إلى أنه النوع الأحدث من الإعلام الذي ينتشر عبر شبكة الانترنت، والذي استطاع أن يخرج عن النمط التقليدي لوسائل الإعلام، إذ يكون فيه الاتصال ثنائي الاتجاه عن طريق التفاعلية التي تميزه عن وسائل الإعلام التقليدية، فضلا عن تقديمه جميع أنواع وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون، وتقديمه للوسائط المتعددة، مثل الصورة والصوت والفيديو[5].

خصائص الإعلام الجديد:

فرض الإعلام الجديد بتنوع أشكاله (مواقع إعلامية على شبكة الانترنت، صحافة الكترونية، إذاعات وتلفزيون ومدونات الكترونية، بتعدد وسائطه كالفيديو والصور والنص،،،) وبخصائصه المميزة، واقعا إعلاميًا جديدًا من حيث سعة الانتشار وتغطية المساحة الجغرافية، وإمكانية الوصول إلى جميع أنحاء الأرض دون اعتبار للحدود والحواجز المكانية والزمانية، حيث لا تستطيع قوة المنع التي تسلحت بها

---

[1] سعود صالح كاتب، **الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص**، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جدة. 15 ديسمبر 2011، ص 5

[2] علي خليل شقرة، **الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)**، عمان، دار أسامة للنشر). والتوزيع، 2014، ص 53

[3] ثروت مكي، **تكنولوجيا الاتصال والنظام الإعلامي**، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة) التلفزيون، العدد 2008، ص 8

[4] رحيمة الطيب عيساني، **اللغة العربنجليزية في وسائط الإعلام الجديد. أو تهجين اللغة العربية في وسائط الإعلام الجديد الانترنيت وتطبيقاتها نموذجاً**، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، المجلس الدولي للغة العربية، دبي للفترة 10 مايو، 2013، ص 4

[5] مهند حميد عبيد التميمي، **مصدر سابق**، ص 42

السلطات في كثير من الدول من منع هذا الإعلام من الوصول إلى كل بيت أو فرد أو جماعة، وأن يبقوا على اتصال بالواقع عبر بث حي مستمر على الساعة.[1]

من خصائص الإعلام الجديد التي أتاحت هذه الإمكانيات:

1/ التفاعلية: Interactivity: خاصية أتاحت لمتلقي المادة الإعلامية خبرا أو إعلانا أو معلومات، أن يشارك في مناقشة هذه المادة ويدلي برأيه فيها ويعلق عليها مصححا أو مضيفا أو موضحا. وعن طريق هذه الخاصية يمكن للمتابع أن يتحاور مباشرة مع صانع المادة الإعلامية عن طريق الدردشة أو المشاركة في المنتديات عن طريق عرض الآراء. وهي من أهم خصائص الإعلام الجديد، فبعد أن كان دور المتلقي للرسالة الإعلامية يقتصر على تلقي هذه الرسالة دون قدرة على التفاعل معها، أصبح بإمكانه أن يصبح مشاركا في هذا الإعلام عن طريق التفاعل مع ما ينشر خلاله.

2/ الحرية الواسعة: فبعد أن كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون عرضة لتدخل السلطات الرسمية في الدول بالسماح أو المنع لما ينشر فيها مما جعل من السلطة أداة وصاية على عقل وتفكير المواطن والقضاء على قدرة الأبداع والتفكير. وقدرة التحكم في وسائل الإعلام من قبل السلطات في كثير من الدول خاصة "السلطة الرابعة" التي يتمتع بها الإعلام وجعله أداة في يد هذه السلطات للمديح والتمجيد والتضليل. فجاء الإعلام الجديد بوسائله المتعددة وقدراته على اختراق الحواجز الحدودية والزمانية ليعطي حرية أوسع بكثير في تناول كافة القضايا الداخلية والخارجية التي تهم الوطن والمواطن، وتفتح العيون على كثير من الأمور التي كانت مبهمة وغامضة ومحرم عليهم معرفتها.

وبعد أن كان المواطن في كثير من دول العالم الثالث يتجه إلى إذاعات الدول الغربية لمعرفة ما يدور في بلده، أصبح بإمكانه عن طريق الانترنت وشبكات التواصل والقنوات الفضائية أن يعرف ما كان يحلم بمعرفة جزء منه عن طريق وسائل الإعلام الخارجية التي لا تخضع للرقابة من قبل سلطات بلده.

3/الشمول والتنوع في المحتوى: حيث كان الصحفي أو الإعلامي يعاني في الإعلام التقليدي من ضيق المساحة المخصصة لتناول موضوع معين، أو نشر تحقيق أو إنجاز أي مادة إعلامية. ولكن عن طريق شبكة الانترنت أصبح بإمكان كل من يود المشاركة عن طريق وسائل الإعلام الإلكتروني المختلفة كالصحافة الإلكترونية أو المدونات أو المنتديات أن يقوم بذلك دون حاجز من ضيق مساحة أو غيرها. كذلك أصبح بإمكان المتابع أن يستفيد في كثير من الروابط والمواقع الإلكترونية التي تظهر على صفحة الموضوع الذي يهمه، والتي تتعلق بهذا الموضوع في زيادة معلوماته واطلاعه على كل ما له علاقة بموضوعه.

4/التوفير والتحديث المستمر: فبإمكان أي مواطن أن يبقى على معرفة مستمرة بالواقع في جميع أنحاء العالم حيث وفر الإعلام الجديد بقدرته على البث المستمر وتحديث ما ينشر من أخبار ومعلومات أول

[1] علي خليل شقرة <u>الاعلام الجديد – شبكات التواصل الاجتماعي</u> مرجع سابق ص 55

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

بأول وفور حدوثها وفر إمكانية بقاء المتابع في صورة الواقع الأني ولم يعد المتابع مضطرا إلى انتظار مواعيد نشرات الأخبار لمعرفة ما يدور في العالم، ولم يعد مضطرا لانتظار صدور الجريدة في اليوم التالي لمعرفة أخبار اليوم السابق. كما أن وسائل الإعلام الجديد وفرت أرشيفا يستطيع عن طريقه من يريد أن يرجع إلى أي معلومة أو خبر مهما ابتعد عنه زمنيا أو مكانيا.

5/ المرونة: حيث يمكن لمستخدم وسائل الإعلام الجديد الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر. حيث إتاحت هذه المصادر للمستخدم الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينها واختيار المناسب منها.

نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من شبكات التواصل الاجتماعي في الظهور في منتصف التسعينيات من القرن الماضي مثل **(classmates.com)** عام 1995م للربط بين زملاء الدراسة وموقع سكس دجريزس **(sixdrgrees.com)** عام 1997م، حيث ركز الموقع على فكرة بسيطة يطلق عليها – الارجان الست للانفصال – أي الافتراض أن أي شخص لا تفصله عن الأخر اكثر من ستة درجات أو أشخاص، ويمكن التوصل إلى أي شخص في الدنيا عن طريق هؤلاء الأشخاص الستة، فظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة ارسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، إلا أن هذا النوع من المواقع الإلكترونية لم يلق رواجا في ذلك الوقت على الرغم من توفير تلك المواقع لخدمات لماهو موجود في المواقع الاجتماعية الحالية، فهي لم تستطع أن تدر ربحا لمالكيها وتم إغلاقها، وبعد ذلك وخلال الفترة من 1999 – 2001م ظهرت مجموعة من المواقع الاجتماعية الأخرى التي كان لها نصيب عن سابقتها في عدم تحقيق النجاح ، لاقت ذات المصير وتوقفت[1].

ظهرت في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن مع ميلاد شبكات التواصل الاجتماعي كما نعرفها اليوم مع بداية العام 2002م حيث ظهر موقع فرندر **(Friendster)** الذى حقق نجاحًا دفع (جوجل) إلى محاولة شرائه سنة 2003 م لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ ، في النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (اسكاي روك **sky rock**) كمنصة للتدوين ، ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007م، وقد استطاع موقع (اسكاي روك) تحقيق انتشار واسع ليصل في يناير 2008م إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين[2].

في عام 2005 م ظهر موقع (ماي اسبيس **MySpace**) الأمريكي الشهير الذي تفوق على (جوجل) في عدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيسبوك والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع (ماي سبيس) حتى قام فيسبوك في عام

---

[1] رشا عبد الله، **مواقع الشبكات الاجتماعية الالكترونية بين الخصوصية والحرية** ضمن كتاب الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة ع 81 وزارة الاعلام – الكويت، 2010، ص 123

[2] رشا عبد الله م**رجع سابق** ص 123، ص124

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

2007 م باتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا أدى إلى زيادة أعداد مستخدمين فيسبوك بشكل كبير على مستوى العالم ونجح في التفوق على منافسه (ماي سبيس) عام 2008م[1].

أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

هنالك المئات من شبكات التواصل الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي، منها المواقع الصغيرة التي طرحت لتناسب القطاعات المهمشة في مجتمعاتها، ومنها المواقع المتوسطة التي تستخدم وحدة جغرافية لمجتمع معين، ومن هذه المواقع ما يستخدم واجهة استخدام بسيط، بينما البعض الأخر قد يبدو أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية، ويمكن تقسيم المواقع الاجتماعية وفق ما يأتي[2]

- **نوع أساسي:** وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية، ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة، مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل موقع فيسبوك وماي سبيس وهاي فايف.
- **نوع مرتبط بالعمل:** وهو من أنواع المواقع الاجتماعية المهمة، وهي تربط أصدقاء العمل وأصحاب الأعمال والشركات بشكل احترافي وتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تحتوي سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن عملوا معهم.
- **مميزات إضافية:** هنالك بعض المواقع الاجتماعية توفر مميزات أخرى، مثل التدوين المصغر **(Micro Blogging)** مثل تويتر وبلاك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كايت **(Bright Kite)**.
- **المواقع العربية:** ومن أشهر المواقع الاجتماعية موقع عربيز **(3rbeze)**، حيث تم إنشاؤه في فبراير 2009 م، وكان مخصصا للعرب في ألمانيا فقط ولكنه انتشر بسرعة بين الدول العربية، وتوجد مواقع اجتماعية عربية أخرى، لكن عدد كبير منها فقد السيطرة على محتواها، فلا يوجد فيها رقابة على جودة المعروض داخلها وكالصور وملفات مخلة بالآداب العامة.
- **المواقع الاجتماعية والأعمال:** لا تتوقف الشبكات الاجتماعية عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص، بل هناك شبكات تجمع رجال الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها، والمثال الأشهر على ذلك موقع لينكدان **(LinkedIn)** الذي جمع أكثر من 20 مليون مشترك وأكثر من 150 حرفة مختلفة.

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.

[1]/Boyd, Danah M. and Ellision , Nicole B ,**Social Network Sites Definition History and Scholarship**, University of California –Berkeley, USA.
[2]/ Wikipedia

تشترك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية، بينما تتمايز بعضها عن الأخرى بميزات تفرضها طريقة الشبكة ومستخدميها، وأبرز الخصائص المتوفرة في هذه المواقع ما يأتي[1]:

- **الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية (Profile Page)**: من خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف إلى اسم الشخص، معرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، تاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول إلى عالم الشخص حيث يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، ومعرفة من هم أصدقاءه وماهي الصور الجديدة التي وضعها، إلى غير ذلك من النشاطات.
- **الأصدقاء /العلاقات (Friends/Connections)**: هم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء، بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى اتصال أو علاقة **(contact)** على الشخص المضاف على القائمة.
- **خاصية إرسال/تلقي الرسائل (Send/Receive Messages)**: تسمح خاصية إرسال/تلقي الرسائل للمستخدمين بإرسال وتلقي الرسائل بصورة مباشرة بين المستخدمين سواء كان هؤلاء المستخدمين أصدقاء ضمن قائمة أصدقاء المستخدم أو لم يكونوا كذلك.
- **البومات الصور (Albums)**: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع عليها والتعليق عليها.
- **المجموعات (Groups)**: تتيح كثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، وتوفر المواقع الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف ب **Event** أو الأحداث ودعوة جميع أعضاء المجموعة وتحديد عدد الحاضرين والغائبين.
- **الصفحات (Pages)**: ابتدع هذه الفكرة موقع فيسبوك، واستخدمها بطريقة تجارية فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددها المستخدمين، ويقوم فيسبوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، يقوم المستخدمون بعد ذلك

1- Cachia، R. (2008), **Social Computing: Study on The Use and Impact of Online Social Networking** IPTS Exploratory Research on the Socio-economic Impact of Social Computing,P: 03, Available http://ftp.jrc.es/EURdoc.JRC48650 .pdf.

بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفاتهم الشخصية.

- **خاصية سهولة الإستخدام (Ease of Use):** تتسم شبكات التواصل الإجتماعي بسهولة الإستخدام والولوج إليها فهي لا تتطلب قدرات خاصة أو معلومات تقنية متخصصة أو خبرة في الشؤون التكنولوجية حيث لا يلزم المستخدم سوى بعض المعلومات البسيطة لإنشاء حساب والدخول إليه إذ يكفي إنشاء صفحة أو حساب باسم الشخص أو المجموعة المستخدمة ووضع كلمة مرور خاصة أو كلمة سرية (Password)، فكل ما يتطلب لاستخدام شبكات التواصل الإجتماعي بعض الأساسيات البسيطة عن كيفيات الاستخدام وإنشاء وإدارة الحساب/الصفحة.
- **خاصية التواصل والتعبير عن الذات (Communication and Self Expression):** من أهم خصائص الشبكات الإجتماعية خاصية التواصل والتعبير عن الذات حيث سمحت هذه الشبكات لمستخدميها بالتواصل مع الأشخاص والأصدقاء بكل سهولة ويسر والتعبير عن أنفسهم وآرائهم واهتماماتهم، كما أتاحت لهم قنوات اتصال لم تكن متوفرة من قبل كالتواصل المباشر وبرامج المحادثات والرسائل الفورية.
- **تشكيل المجتمع بطرق جديدة (The Formation of Society):** غيرت مواقع الشبكات الإجتماعية من نظرة وصورة المجتمعات التقليدية حيث سمحت بظهور شكل جديد من المجتمعات، فعلى الرغم من أن المفاهيم المجتمعية الوهمية وجدت منذ بداية التطبيقات الإلكترونية إلا أن مواقع الشبكات الإجتماعية وفرت سبلا جديدة للاتصال فقد ينضم المستخدمين لمجتمعات قراء الكتب والاتصال من خلال تبادل وقراءة الكتب التي يحبون
- **خاصية التفاعلية (Interactivity):** من أهم ما قدمته شبكات التواصل الإجتماعي من خصائص خاصية "التفاعلية" ففي السابق كان الفرد (قارئ/مستمع/متفرج) مستقبلا فقط، أما من خلال خاصية التفاعلية من خلال مواقع الشبكات الإجتماعية أصبح المستخدم منتج/موزع/ناشر ومستهلك بحيث تسمح له هذه الخاصية بالمشاركة الفاعلة بحيث لم يعد أحد أطراف العملية الاتصالية فقط بل أصبح جوهرها، حيث يؤثر المشاركون في العملية الاتصالية على أدوار الآخرين وأفكارهم ويتبادلون معهم المعلومات ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ المشاركين بدلا من مصادر، وقد ساهمت هذه الخاصية في ظهور نوع جديد من منتديات الاتصال والحوار الثقافي المتكامل والمتفاعلين عن بعد مما يجعل المتلقي متفاعلا مع وسائل الاتصال تفاعلا إيجابيا[1].

---

[1] محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناني: <u>تكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة: الإستخدام والتأثير</u>، ط 1، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص: 07

- **خاصية العالمية (Globalization):** تعد خاصية "العالمية" من أهم الخصائص التي أفرزها الانتشار الواسع والكبير لشبكات التواصل الإجتماعي حيث ألغت هذه الخاصية الحواجز الجغرافية والمكانية بحيث حطمت كل الحدود بين الدول، هذه الخاصية سمحت بحرية تبادل المعلومات واختصار المسافات عبر العالم الذي أصبح أشبه ما يكون بالقرية الصغيرة أو قرية عالمية، كما سمحت بتبادل الأدوار في العملية الاتصالية فلم يعد الفرد يكتفي بدور المستقبل فقط بل أصبح هو بحد ذاته طرفا مشاركا وفعالا في هذه العملية فالمستخدم للشبكات الإجتماعية هو المرسل والمستقبل، المنتج والمستهلك وهي الخاصية التي قضت على صبغة السلبية التي لا طالما وجهت إلى جمهور وسائل الإعلام والاتصال.

حيث أنه بوجود وسائل الإعلام والاتصال لم يعد التفاعل على أرض واحدة هو الباعث الأول للتجمع بل أصبح التفاعل يتم عبر تكنولوجيا وسائط المعلومات والإعلام متخطيا الحدود الجغرافية عابرا فوق الحدود الوطنية[1]، هذه الخاصية العالمية أو الكونية جعلت البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة[2].

الدراسة الميدانية:

جدول رقم (1) عينة الدراسة وفق متغير كليات العينة.

الفئة	المتغير	التكرار	النسبة
الكليات	كلية علوم المختبرات الطبية – جامعة الخرطوم	76	%30.4
	كلية علوم المختبرات الطبية – جامعة السودان	67	%26.8
	كلية علوم الاتصال– جامعة السودان	66	%26.4
	كلية الآداب– قسم الاعلام جامعة الخرطوم	41	%16.4
المجموع		250	%100

يوضح الجدول (1) عدد مجتمع العينة وتمثل 10% من طلاب الكليات وحلت في المرتبة الاولى كلية علوم المختبرات الطبية جامعة الخرطوم بعدد 76 مفردة بنسبة (30.4%) وتمثل 10% من مجموع طلاب الكلية، بينما حل ثانيا كلية علوم المختبرات الطبية جامعة السودان بعدد (67) مفردة ونسبة (26.8%) وتمثل 10% من مجموع طلاب الكلية، وحل ثالثا كلية علوم الاتصال جامعة السودان للعلوم والتكنلوجيا بعدد (66) مفردة ونسبة (26.4%) بعدد اقل من النسبة المفترضة للكلية، بينا حل اخيرا كلية الآداب قسم اعلام جامعة الخرطوم بعدد (41) مفردة ونسبة (16.4%) وتمثل تقريبا (9.8%) من طلاب القسم،

---

[1]- غسان منير حمزة سنو، علي أحمد الطراح: الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام: دراسات في إجراءات تشكل الهوية في ظل الهيمنة الإعلامية العالمية، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2002، ص: 139.

[2]- سميرة شيخاني: **الإعلام الجديد في عصر المعلومات**، المجلد 26، العدد الأول+ الثاني، مجلة جامعة دمشق، قسم الإعلام، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، دمشق، سوريا، 2010، ص: 448.

يلاحظ الباحث أن طلاب الكليات التطبيقية اكثر اهتمامًا واستخدامًا لشبكات التواصل الاجتماعي بالمقارنة لطلاب الكليات النظرية.

جدول رقم (2) عادات وأنماط استخدام موقع فيسبوك

عدد الساعات التي تقضيها على شبكة فيسبوك بشكل يومي		
عدد الساعات	التكرار	النسبة
اقل من ساعة	51	%20.4
من ساعة إلى خمسة ساعات	134	%53.6
أكثر من خمسة ساعات	65	%26
المجموع	250	100%

يوضح الجدول رقم (02) توزيع الطلاب طبقا لمعدلات استخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي وموقع فيسبوك من خلال الفترة الزمنية التي يقضيها الطلاب في استخدام موقع "فيسبوك" حيث حلت الفترة الزمنية (من ساعة إلى خمسة ساعات) في المرتبة الأولى بالنسبة إلى مفردات العينة بعدد (134) مفردة بنسبة (53.6%) بينما حلت الفترة الزمنية (اكثر من خمسة ساعات) في المرتبة الثانية بالنسبة لمفردات العينة بعدد(65) مفردة بنسبة (26%) وتعتبر كل مفردات العينة مدمنة لشبكات التواصل الاجتماعي، بينما حلت الفترة الزمنية (اقل من ساعة) في المرتبة الاخيرة بعدد (51) مفردة بنسبة (20.4%) كأقل فترة استخدام لموقع فيسبوك.

جدول رقم (03)

عندما تتصفح موقع فيسبوك فإنك غالبا		
الفئة	**التكرار**	**النسبة**
تكتفي بقراءة مشاركات الأصدقاء	74	%29.6
تضع مشاركة على حائطك	29	%11.6
تدردش مع أصدقائك	31	%12.4
تقرأ وتعلق على مشاركة أصدقائك	100	%40
تلعب مع أصدقائك	2	%0.8
أخرى اذكرها	37	%14.8
المجموع	250	%100

يوضح الجدول رقم (03) الدوافع التي تقف وراء استخدام مفردات العينة لموقع فيسبوك حيث حل في المرتبة الأولى بالنسبة إلى أغلب مفردات العينة كان دافع (القراءة والتعليق على مشاركات الاصدقاء) بنسبة (40%)، يليها ثانيا دافع (تكتفي بقراءة مشاركات الأصدقاء) بنسبة (29.6%) وثالثا دافع (تدردش مع أصدقائك) بنسبة (12.4%) ورابعا دافع (تضع مشاركة على حائطك) بنسبة (11.6%)

جدول رقم (04)

أذا كنت تتشارك في استخدام موقع فيسبوك في العملية التعليمية فما الهدف الذي تنشده؟		
الهدف	**التكرار**	**النسبة**
تبادل المعلومات والمحاضرات	109	%43.6

مناقشة البحوث	14	%5.6
التواصل مع الأساتذة	14	%5.6
البحث عن معلومات	102	%40.8
أخرى أذكرها،،،،،	11	%4.4
المجموع	250	%100

يوضح الجدول رقم (04) الهدف من استخدام الطالب لموقع فيسبوك في العملية التعليمية حل في المرتبة الأولى بهدف (تبادل المعلومات والمحاضرات) بنسبة (43.6%) ومن هنا يتضح استخدام الطالب الجامعي لموقع فيسبوك في العملية التعليمة ويؤشر الهدف الاول لاستخدامهم للموقع على ذلك، ثانيا حل هدف (البحث عن معلومات) بنسبة (40.8%) اما رابعا وخامسا فقد كان هدفي استخدام موقع فيسبوك في العملية التعليمية بهدف (التواصل مع الاساتذة ومناقشة البحوث) بنسبة (5.6%) نلاحظ أن الهدف الاساسي للطلاب المستخدمين لموقع فيسبوك (تبادل المعلومات والمحاضرات) حيث ان بداية انطلاق الموقع من داخل جامعة هارفارد وكان هذا الهدف الرئيسي من موقع فيسبوك.

جدول رقم (05)

اسباب استخدام الطالب الجامعي لموقع فيسبوك في العملية التعليمية؟		
السبب	التكرار	النسبة
سهولة توفر المعلومة على موقع فيسبوك	215	%86
عدم وجود زمن للبحث	3	%7.2
عدم وجود مكتبات	229	6.8%
المجموع	250	%100

يوضح الجدول رقم (05) اسباب استخدام الطالب الجامعي لموقع فيسبوك في العملية التعليمية حيث حل في المرتبة الأولى (سهولة توفر المعلومات) بعدد (215) مفردة وبنسبة (86%) ومن هنا يتضح سبب استخدام الطالب الجامعي لموقع فيسبوك في العملية التعليمية سهولة توفر المعلومات فيه ويؤشر السبب الاول لاستخدامهم للموقع على غزارة المعلومات وسهولة الحصول عليها في الموقع، حل ثانيا (عدم وجود زمن للبحث) بعدد (18) مفردة وبنسبة (7.2%) اما ثالثا فقد كان سبب استخدام موقع فيسبوك في العملية التعليمية (عدم وجود مكتبات) بعدد (17) مفردة وبنسبة (6.8%) نلاحظ ان السبب لاستخدام الطلاب لموقع فيسبوك سهولة وتوفر المعلومات.

الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام موقع فيسبوك

جدول (06) الوسط الحسابي والانحراف المعياري ل(الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام موقع فيسبوك)

الفقرة	**الوسط الحسابي**	**الانحراف المعياري**	**الترتيب**
التعرف إلى الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية	4.39	0.681	1
التواصل مع الأصدقاء	4.28	0.751	2
زيادة المعلومات والمعارف	4.18	0.784	3
الترفيه والتسلية	4.16	0.766	4
التثقيف (المعرفة)	4.08	0.817	5

للتخلص من القلق والملل	3.82	0.993	6
تمضية الوقت	3.77	1.049	7
التعرف إلى أشخاص جدد	3.62	0.925	8
التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي	3.37	1.08	9
الهروب من الواقع	3.19	1.137	10
المتوسط العام لجميع الفقرات	**3.8856**	**0.47368**	

يوضح الجدول رقم (06) إن العينة ترى أن الدوافع والحاجات وراء استخدام الطلاب موقع فيسبوك حققت متوسط حسابي عام مقداره (3.8856) بدرجة عامة موافق على جميع الدوافع والحاجات في الجدول أعلاه التي تكمن وراء استخدام الطلاب لشبكات التواصل الاجتماعي، حقق دافع وحاجة (التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية) كأعلى متوسط حسابي في الجدول مقداره (4.39) بدرجة موافق بشدة، يليها رؤية العينة في إن دافع وحاجة (التواصل مع الأصدقاء والأهل) بمتوسط حسابي مقداره (4.28) بدرجة موافق بشدة ثم حل دافع وحاجة (زيادة المعلومات والمعارف) بمتوسط حسابي مقداره (4.18)بدرجة موافق، يليها دافع وحاجة (الترفيه والتسلية) بمتوسط حسابي مقداره (4.16) بدرجة موافق، ثم يليها دافع وحاجة (التثقيف والمعرفة) بمتوسط حسابي (4.08) بدرجة موافق، ثم حل بعدها دافع وحاجة (للتخلص من القلق والملل) بمتوسط حسابي (3.82)، يليها دافع وحاجة (تمضية الوقت) بمتوسط حسابي (3.77)، ثم حل دافع وحاجة (التعرف على أشخاص جدد) بمتوسط حسابي (3.62)، يليها دافع وحاجة (التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي) بمتوسط حسابي (3.37)، ثم حل اخيرا دافع وحاجة (الهروب من الواقع) بمتوسط حسابي (3.19) بدرجة محايد.

وبالنظر إلى المتوسط العام للانحراف المعياري لجميع الفقرات مقداره (**0.47368**) فإننا نجد أن كل إجابات هذه الفئة جاءت علمية حيث دلالات الانحراف المعياري أكثر من الواحد الصحيح أو أقل منه بقليل مما يؤكد على ثبات الآراء وتشتت بعضها حول إجابات وحدات الفئة، مما يعني أن اختلاف الآراء او اتفاق بعضها هو السياق الطبيعي لعينة المستخدمين.

جدول رقم (07) الإشباعات المحققة من خلال استخدامك لموقع فيسبوك.

هل تحس بالراحة عند استخدامك موقع فيسبوك		
الفئة	**التكرار**	**النسبة**
نعم	215	%86.4
لا	30	%13.6
المجموع	250	%100

يوضح الجدول رقم (07) شعور مفردات العينة بالراحة او لا يشعرون بالراحة حيث حل في المرتبة الأولى اشعر بالراحة بنسبة (86.6%)، وحل ثانيا لا اشعر بالراحة بنسبة (13.6%). أكد معظم مفردات العينة طلاب الجامعات ان استخدام موقع فيسبوك يشبع حاجاتهم بنسبة كبيرة (86.4%) وعدد (215) من مجموع مفردات العينة (250) مفردة.

جدول رقم (08) الوسط الحسابي والانحراف المعياري ل(ما مدى رضاك عن مستوى خدمات موقع فيسبوك)

الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
وسيلة للتواصل والتفاعل مع الأشخاص	4.36	0.711	1
يزودك بالأخبار والمعلومات الجديدة	4.29	0.749	2
وسيلة جديدة للتسلية والترفيه	4.13	0.776	3
يلبي كافة احتياجاتك المعرفية	3.64	0.825	4
يلبي كافة احتياجاتك الشخصية	3.49	0.945	5
المتوسط العام لجميع الفقرات	**3.984**	**0.54491**	

يوضح الجدول رقم (08) مدى رضا (إشباع) عينة الدراسة من استخدامهم لموقع فيسبوك استخدام الطلاب موقع فيسبوك حققت متوسط حسابي عام عال مقداره (**3.984**) بدرجة عامة رضا وسط على جميع فقرات الرضا (الاشباع) في الجدول اعلاه التي تكمن وراء استخدام الطلاب لشبكات التواصل الاجتماعي، حقق اشباع او الرضا (وسيلة للتواصل والتفاعل مع الأشخاص) كأعلى متوسط حسابي في الجدول مقداره (4.36) بدرجة رضا تام ، يليها رؤية العينة في الرضا او انه اشبعهم في (يزودك بالأخبار والمعلومات الجديدة) بمتوسط حسابي مقداره (4.29) بدرجة رضا تام، ثم حل رضا (اشباع) مفردات العينة (وسيلة جديدة للتسلية والترفيه) بمتوسط حسابي مقداره (4.13)بدرجة رضا وسط، يليها اشباع او الرضا من استخدامهم الموقع (يلبي كافة احتياجاتك المعرفية) بمتوسط حسابي مقداره (3.64) بدرجة رضا وسط، ثم اخيرا يلبي اشباع دافع وحاجة (يلبي كافة احتياجاتك الشخصية) بمتوسط حسابي (3.49) بدرجة رضا وسط. بشكل عام فإن موقع فيسبوك يشبع رغبات الطلاب في الجامعات السودانية ، حيث أن معظم مفردات العينة اختارت رضا تام عن ما يقدمه لهم الموقع.

وبالنظر إلى المتوسط العام للانحراف المعياري لجميع الفقرات مقداره (**0.54491**) فإننا نجد أن كل إجابات هذه الفئة جاءت علمية حيث دلالات الانحراف المعياري أقل من الواحد الصحيح مما يؤكد على ثبات الآراء حول إجابات وحدات الفئة، مما يعني أن اختلاف الآراء بعضها هو السياق الطبيعي لعينة المستخدمين.

الاستنتاج العام للفرضيات

كاستخلاص عام لتحليل الفرضيات ومن خلال النتائج

الفرضية الأولي: أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في إشباع رغبات الطلاب المعرفية.

يتضح لنا أن ترتيب رضا افراد العينة من تلبية أو إشباع موقع فيسبوك لحاجات الطلاب المعرفية تأتي في المرتبة الرابعة بوسط حسابي مقداره(3.64). وبهذا نجد بأن الفرضية الأولى **لم تحقق التي ترى بأن:** "يلبي اشباعتهم المعرفية بشكل متفاوت

أما **الفرضية الثانية**: لم تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في إشباع رغبات الطلاب المعرفية.

يتضح لنا أن ترتيب رضا افراد العينة من تلبية او اشباع موقع فيسبوك لحاجات الطلاب المعرفية تأتي في المرتبة الرابعة بوسط حسابي مقداره(3.64). وبهذا نجد بأن الفرضية الثانية **لم تحقق التي ترى بأن:** "يلبي اشباعتهم المعرفية بشكل متفاوت

اما الفرضية **الثالثة:** تفترض أن هنالك تفاوت في اشباعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما موقع فيسبوك لدى طلاب الجامعات السودانية.

يتضح لنا أن ترتيب رضا افراد العينة من تلبية او اشباع موقع فيسبوك لحاجات الطلاب المعرفية تأتي في المرتبة الرابعة بوسط حسابي مقداره(3.64). وبهذا نجد بأن الفرضية الثالثة **قد تحققت التي ترى بأنه:** "يلبي اشباعتهم المعرفية بشكل متفاوت.

النتائج والتوصيات

انطلقت الدراسة من مدخل الاستخدامات والاشباعات في التعرف إلى استخدام طلاب الجامعات السودانية داخل ولاية الخرطوم لموقع فيسبوك والإشباعات التي يحققونها من خلال ذلك الاستخدام، حيث سنستعرض أهم النتائج المتعلقة بخصائص عينة البحث ثم عرض أهم النتائج المتعلقة بأهداف وتساؤلات الدراسة.

- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من المبحوثين كانت من الكليات العلمية واكثرها استخداما واهتماما بشبكات التواصل الاجتماعي
- كشفت الدراسة لأغلبية المبحوثين أن الهدف الاساس من استخدامهم لموقع فيسبوك في العملية التعليمية تبادل المعلومات والمحاضرات بنسبة (43.6%).
- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين السبب الاساس من استخدامهم لموقع فيسبوك في العملية التعلمية سهولة توفر المعلومة على موقع فيسبوك بنسبة (86%).
- كشفت الدراسة أن دافع أغلبية المبحوثين من استخدامهم لموقع فيسبوك في التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية بوسط حسابي مقداره (4.39) بينما حل دافع زيادة المعلومات والمعارف ثالثا بمتوسط حسابي مقداره (4.18).
- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يستخدمون اسماءهم الحقيقية بنسبة (98%).
- كشفت الدراسة أن الحاجات التي يلبيها استخدامهم لموقع فيسبوك التواصل والتفاعل مع الاخرين بنسبة (51.6%).
- أظهرت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يثق بما يقدمه موقع فيسبوك على حسب صاحب المشاركة.
- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين ينوي أن يقلل من استخدامهم لموقع فيسبوك بنسبة (66%).
- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين لا يشعرون بشيء في حال غيابهم من استخدام موقع فيسبوك.

- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يشعرون بالراحة عند استخدامهم لموقع فيسبوك بنسبة (86.4%) لأنه يزودك بالأخبار والمعلومات المختلفة بنسبة (53.3%).
- كشفت الدراسة أن المبحوثين يرون أن من أهم ايجابيات موقع فيسبوك كونه يقرب المسافات ومن أهم سلبياته الادمان والانعزال عن المجتمع.

كشفت الدراسة في الأخير أن أغلبية المبحوثين راضون (مشبعون) عن مستوى موقع فيسبوك وما يقدمه لهم من خدمات فهو بالنسبة إليهم وسيلة للتواصل والتفاعل مع الأشخاص بمتوسط حسابي (4.36) بدرجة رضا وسط. ويلبي كافة احتياجاتك المعرفية بمتوسط (3.64) وبمتوسط حسابي عام (**3.984**) بدرجة رضا وسط أي أنه أشبع احتياجات افراد العينة من طلاب الجامعات السودانية.

التوصيــات:

بناء على ما تم من نتائج فان الباحث يجد أنه يمكن وضع توصيات يمكن عبرها الوصول إلى حلول تخدم الطالب الجامعي بتحسين استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي وزيادة اشباعاته منها ومن تلك التوصيات:

- تحسين شبكة الانترنت في جميع ارجاء السودان.
- إنشاء شبكة انترنت لاسلكية مجانية داخل حرم الجامعات والكليات.
- إنشاء مكتبات الكترونية داخل الجامعات والكليات.
- الاهتمام بتوظيف الموضوعات التي تثار في شبكات التواصل الاجتماعي.
- الاهتمام بإنشاء صفحات ومجموعات للكليات والجامعات ونشر الاخبار والمحاضرات.
- عقد ورش عمل وتدريب الدكاترة والاساتذة على الاستخدام الامثل لشبكات التواصل الاجتماعي لإحداث تغير نوعي وكمي في التعليم الالكتروني.
- الاستفادة من صفحات الجامعات والكليات في نشر المحاضرات والمواد العلمية.
- حث الطلاب على الاستفادة من الزمن الذي يقضونه في شبكات التواصل الاجتماعي في البحث عن المعرفة العلمية وزيادة التحصيل الأكاديمي واكتساب المهارات والمعلومات.
- ضرورة الاهتمام بشبكات التواصل الاجتماعي بزيادة المادة العلمية المنشورة فيها، لدفع الطلاب لزيادة استخدامها وبالتالي مساعدتهم على زيادة التحصيل العلمي وزيادة الاشباعات العلمية.
- حث الطلاب العمل على تعميق ايجابيات شبكات التواصل الاجتماعي وازالة السلبيات التي تنتج عنها من قبل اساتذة الجامعات.
- اشراك الطلاب في تفعيل صفحات ومجموعات الجامعات والكليات لإيصال الرسالة التعليمية وزيادة إشباعات التعليمية.
- انشاء مجموعات خاصة على موقع فيسبوك بين الطلاب والاساتذة في الجامعات لتكون حلقة وصل وطريقة أفضل للنقاش مع الطلاب.

- على مؤسسات التربية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لترقية الأداء الأكاديمي والتعليمي والمعرفي.

المصادر والمراجع:

1–خالد غسان المقدادي، ثورة شبكات التواصل الاجتماعي، دار النفائس للنشر والتوزيع 2013، ط1.

2–سمير محمد حسين **دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث اعلام** ط1 1976.

3–همت حسن: **دراسات في نظريات الإعلام**، الطبعة الأولى، العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2010

4–نجاة بن صالح **استخدام الجمهور لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي** موقع فيس بوك أنموزجا دراسة تطبيقية على عينة من جهور المراهقين المتمرسين بالجزائر، الجامعة العربية الألمانية للعلوم والتكنلوجيا 2016 رسالة دكتورة منشورة.

5–صلاح محمد أبو صلاح، **استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة**، الجامعة الإسلامية غزة رسالة ماجستير منشورة 2014 م

6–الاء محمد الرشيد **استخدامات شبكتي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتوتير والإشباعات المتحققة** لدى طلبة الجامعات الأردنية "دراسة ميدانية على جامعتي الأردنية والشرق الأوسط، جامعة الشرق الأوسط، رسالة ماجستير منشورة 2013 م

7–وسام راضي، ومهند التميمي **الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة دار الكتاب الجامعي 2017**،

8–راسم محمد الجمال، **نظام الاتصال والإعلام الدولي الضبط والسيطرة**، القاهرة، الدار المصرية 2009.

9–**القمة العالمية لمجتمع المعلومات المنعقد في جنيف** .3–2، 12 ديسمبر 2003، ص 1 03/2020/ متاح بتاريخ 7

http://www.un.org/arabic/conferences/wsis/gen_docs.htm

10–مي العبد الله، المعجم في **المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال:** المشروع العربي لتوحيد المصطلحات بيروت، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، 2014

11–صلاح عبد الحميد، **الإعلام والثورات العربية**، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع،

12-Steve jones, **Encyclopedia of new media: an Essential Reference to communication and technology** , sage publication ,2002.

Robert k. Logan, **understanding new media: extending Marshall McLuhan**, new York, die deutsche national bibliothek , 2010

13–سعود صالح كاتب، **الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص**، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جدة. 15 ديسمبر 2011

14–علي خليل شقرة، **الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)**، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014

15–ثروت مكي، **تكنولوجيا الاتصال والنظام الإعلامي**، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة) التلفزيون،

العدد 2008

16–رحيمة الطيب عيساني، اللغة العربنجليزية في وسائط الإعلام الجديد. أو تهجين اللغة العربية في وسائط **الإعلام الجديد الانترنيت وتطبيقاتها نموذجاً**، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، المجلس الدولي للغة العربية، دبي للفترة 10 مايو، 2013

17–رشا عبد الله، **مواقع الشبكات الاجتماعية الالكترونية بين الخصوصية والحرية** ضمن كتاب الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة ع 81 وزارة الاعلام – الكويت، 2010

18-Boyd, Danah M. and Ellision , Nicole B ,**Social Network Sites Definition History and Scholarship**, University of California –Berkeley, USA

19-Cachia ،R. (2008), **Social Computing: Study on The Use and Impact of Online Social Networking** IPTS Exploratory Research on the Socio-economic Impact of Social Computing,P: 03, Available http://ftp.jrc.es/EURdoc.JRC48650

19/ على قسايسية، **السلوك الاتصالى للجمهور: خلفيات سيكو-سوسيولوجية، الوسيط فى الدراسات الجامعية** (الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع، الجزء 7، 2004.

20/ حسن عماد مكاوي، **نظريات الإعلام، (بيروت: الدار المصرية اللبنانية، ط2009,1)**.

21/ حسن عماد مكاوي، ليلي السيد حسن، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط 2، 2002)

الأطر الخبرية للتناول الإعلامي لجلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي في قناة سكاي نيوز العربية الإخبارية "دراسة في التحيز الإعلامي"

News frames for media coverage of the Impeachment session of the Tunisian parliament president on Sky News Arabia "A Study in Media Bias"

الخليفة اسعيد

طالب باحث بسلك دكتوراه, جامعة سيدي محمد بن عبد الله بفاس -المملكة المغربية

المُلخص

تهدف الدراسة إلى رصد وتحليل الأطر الخبرية للتناول الإعلامي لجلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي في قناة سكاي نيوز العربية، من خلال الوقت الذي خصصته القناة لتغطية هذه الفعالية، ومدى حضورها في عناوين النشرات، وتحديد الأطر الإعلامية التي اعتمدتها القناة لتأطير وقائع هذه الجلسة، ونوعية ضيوف التغطية، والكشف عن أبرز أنماط التحيز في معالجة القناة الإخبارية، بما في ذلك تحيز المصادر واللغة. وتوصلت الدراسة إلى منح القناة حيزا كبيرا من تغطيتها الإخبارية لمتابعة فعاليات جلسة سحب الثقة موضوع التحليل والتعليق عليها؛ وبالأخص قبل تبين فشل مسعى سحب الثقة، كما حافظت أحداث الجلسة على صدارة العناوين، ومقدمة النشرات الإخبارية في القناة، هذا فضلا عن التأثير الواضح للسياسة التحريرية للقناة، وتوجهات الدولة الباثة على معالجتها الإخبارية، مما شكل إخلالا بالتوازن الإخباري، وأفرز معالجة متحيزة لأحد الأطراف.

Abstract

The study aims to monitor and analyze the News frames for media coverage of the Impeachment session of the Tunisian parliament president on Sky News Arabia "A Study in Media Bias", through the time allocated by the channel, to cover this session, and the extent of its presence in the titles, and to determine the media frameworks adopted to frame the proceedings of this session, and the type of the coverage guests and detection of the most prominent patterns of Bias in the processing of the news channel including source and language bias. The study concluded that the channel has been given a large part of its news coverage, to follow events of the impeachment session, subject analysis and to comment on it, and especially before it became clear that the effort to withdraw confidence has failed, the session's events also kept the headlines and introduction newsletters in the channel , this is in addition to the clear impact of the editorial policy of the channel, and the orientations of the state on its news processing, which constituted a breach of the news balance, and resulted in a biased treatment of one of the parties.

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

المقدمة

ساهمت التغطية الإخبارية لأحداث ما عرف بالربيع العربي وتداعياته المختلفة، بما في ذلك الأزمة الخليجية في جلب العديد من الانتقادات لوسائل الإعلام، وطفا على السطح من جديد سؤال الأدوار المهنية لوسائل الإعلام في المعالجة الإخبارية، هذا في ظل الطفرة النوعية في ميلاد القنوات الإخبارية التي شهدتها المنطقة العربية في العقد الأخير، ربما بسبب إدراك المستثمرين وصناع القرار للدور المحوري للإعلام، الذي أضحى طرفا فاعلا في السياسة العربية والعلاقات الدولية.

غير أن ما يلاحظ عبر مختلف المراحل الانتقالية لتطور الإعلام، وتطور العملية الإعلامية، من طابعها التقليدي إلى طابعها الصناعي الحداثي، وصولا إلى طابعها التكنولوجي ما بعد الحداثي، أن تطورها التحمي التكنولوجي، يسري في الاتجاه المعاكس لتطورها الحتمي المفترض من الناحية القيمية الأخلاقية[1].

وقد سعينا في هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الأطر الخبرية للتناول الإعلامي لجلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي في قناة سكاي نيوز العربية الإخبارية "دراسة في التحيز الإعلامي"، فمما لاشك فيه أن القنوات الإخبارية "لا تعمل من فراغ، أو بلا محرك أو دافع، بل تعمل من خلال إطار عام، تبعا للسياسة الإعلامية المرتبطة بهوية المتحكم والمسيطر عليها، وحدود السياق السياسي، والاجتماعي فيما يسمى بوضع الأطر الإعلامية Media Framing، حيث تستخدم التغطية الإعلامية مجموعة من الأطر الإعلامية المحددة، والتي تخدم هدفا معينا من خلال تكثيف فكرة ما تبعا لمفهوم الثقافة السياسية للبيئة المحيطة.. وطبيعة العلاقات السياسية بين الدول هي التي تحكم نوع الأطر"[2].

وتعد التغطية الإخبارية العنصر الأبرز في الحكم على مصداقية وسائل الإعلام، كما تعتبر المعالجة الإخبارية المتوازنة التي تقدم صورة كامل عن الموضوع بأبعاده المختلفة، والاتجاهات المطروحة حياله، والتي تمنح الحضور المتساوي لأطراف الحدث، والخالية من التحيزات الإخبارية، واللغة الإيحائية، جوهر الأخلاقيات الإعلامية، وصلب الموضوعية الصحفية القائمة على فصل الخبر عن الرأي، والإنشاد، والتوازن العاكس للأوزان النسبية لكافة الأطراف التي يشملها الحدث، وهو ما افتقرت له تغطية قناة سكاي نيوز الإخبارية لجلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي راشد الغنوشي.

أهمية الدراسة:

تكتسي هذه الدراسة أهمية بالغة نظرا لعدة اعتبارات أبرزها:

- محاولتها التطرق لرصد أنماط التحيز الإعلامي في التغطيات الإخبارية، في ظل الدور المهم والمتنامي لوسائل الإعلام في إدارة العديد من الصراعات والأزمات الوطنية والدولية.

---

[1] حجام الجمعي، أخلاقيات الممارسة المهنية في الصحافة الجزائرية من الالتزام بنقل الحقائق إلى احتراف في صناعتها، مجلة الحكمة، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 8 – 9

[2] فاطمة شعبان أبو الحسن، المعالجة الإعلامية للسياسية الخارجية الأمريكية تجاه مصر في عهدي مرسي ومنصور: دراسة مقارنة بين قناتي الجزيرة القطرية والحرة الأمريكية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد 4، مارس 2014، ص 150

- كما تكتسب هذه الدراسة أهميها باعتبارها تأتي في وقت تتراجع فيه مصداقية وسائل الإعلام بشكل كبير، بفعل انخراطها في الاستقطاب الذي تشهده المنطقة.
- أهمية الإعلام الفضائي الإخباري خاصة بعد التطور الملحوظ في الخدمة الإخبارية بظهور البث المباشر للأحداث، ومحاولة وسائل الإعلام الاسهام في الحراك السياسي وتأطيره، ورصد آثاره وجوانبه المختلفة.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحقيق جملة أهداف منها:

- الكشف عن مدى تأثر التغطية الإخبارية المقدمة عن فعاليات جلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي في قناة الدراسة بنمط ملكية هذه القناة، وسياستها التحريرية، وذلك من خلال تحليل مضمون المادة الإخبارية المقدمة في نشراتها الإخبارية.
- محاولة رصد واقع التحيز في التغطيات الإخبارية من خلال القضايا محل التحليل، واتجاهات قناة الدراسة نحوها.
- الوقوف على مدى التوازن الإعلامي في المعالجات الإخبارية لقناة سكاي نيوز عربية.
- تحديد الأطر الإعلامية التي اعتمدها قناة الدراسة في تغطيتها لعينة الدراسة.

أسئلة الدراسة واشكاليتها:

تتبلور مشكلة الدراسة في رصد الأطر الخبرية للتناول الاعلامي لجلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي في قناة سكاي نيوز العربية الإخبارية "دراسة في التحيز الإعلامي"، وذلك من خلال تحليل تغطية قناة سكاي نيوز عربية لفعاليات جلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي راشد الغنوشي، للوقوف على مدى التوازن الإخباري في هذه التغطية، والكشف عن حدود تأثرها بالسياسة التحريرية للقناة، ومواقف الدول الممولة لها، وسياساتها في المنطقة المعلنة منها والضمنية، ولسبر أغوار هذه المشكلة نطرح التساؤلات التالية:

- ما حدود الموضوعية والتوازن الإعلامي في التغطية الإخبارية لقناة سكاي نيوز الإخبارية لفعاليات جلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي راشد الغنوشي؟
- ما هي أبرز أنماط التحيز الإعلامي في التغطية الإخبارية عينة الدراسة، من خلال القضايا محل التحليل؟
- كيف كان اتجاه معالجة القناة لهذه الجلسة؟
- فيما تتمثل القيم الإخبارية الواردة في التغطية الإخبارية للقناة؟
- ما مدى مراعاة قناة الدراسة للمعايير المهنية في تغطياتها الإخبارية؟
- ما أبرز الأطر الإعلامية التي قدمت من خلالها قناة الدراسة جلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي راشد الغنوشي؟

- ما مدى تأثر التغطية الإخبارية لقناة الدراسة بسياستها التحريرية، وموقف الدولة الباثة؟

أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب واعتبارات دفعت بالباحث لاختيار هذا الموضوع منها:

- القلق الذي أصبح يشكله انخفاض مصداقية وسائل الإعلام.
- الأخطاء المهنية المرتكبة في معالجة أحداث ما عرف بالربيع العربي وتداعياته المختلفة، بما في ذلك الأزمة الخليجية.
- أهمية الوقوف على مدى التوازن الإخباري في التغطيات الإعلامية.
- الأهمية الكبيرة التي توليها قناة الدراسة للشأن المغاربي، فهي ربما القناة الخليجية الوحيدة التي مازالت تخصص نافذة في نشراتها الإخبارية للشأن المغاربي.

منهج الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تعتمد على منهج تحليل المضمون باعتباره أداة منهجية للدراسات الكمية والكيفية، لتوصيف مضمون المادة الإخبارية المقدمة في قناة سكاي نيوز الإخبارية، وتحديد أبرز أنماط التحيز الإعلامي في تغطيتها الإخبارية لأحداث جلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي، والأطر الإعلامية التي قدمت من خلالها القناة فعاليات هذه الجلسة.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من القنوات التلفزيونية الخليجية، وسنشتغل بالتحديد على دراسة التغطية الإخبارية لقناة سكاي نيوز الإخبارية لفعاليات جلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي راشد الغنوشي، في مسعى لرصد وتحليل أنماط التحيز الإعلامي في التغطية الإخبارية لهذه القناة التي ترفع شعار "الخبر كل الخبر".

عينة الدراسة

تنقسم العينات البحثية إلى قسمين، عينات احتمالية، تخضع في حسابها إلى قانون الإحصاء والاحتمالات، ثم العينات غير الاحتمالية أو العمدية وهي على عكس الأولى لا تخضع لقوانين الإحصاء، ولا إلى الصدفة، وقد وقع اختيار الباحث على الصنف الأخير منها وهو: العينة غير الاحتمالية القصدية؛ وذلك لأننا بصدد دراسة واقع التحيز الإعلامي في التغطيات الإخبارية لقناة سكاي نيوز الإخبارية، ووجدنا بأن العينة المختارة تخدم أهداف البحث وتجيب أكثر على تساؤلاته.

حجم العينة:

حدد الباحث عينة الدراسة بالجلسة العامة المنعقدة للتصويت على سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي راشد الغنوشي، يوم الخميس 30 يوليو 2020 إطارا زمنيا للدراسة؛ وقد قام الباحث برصد وتحليل المواعيد الإخبارية، والتغطية الإعلامية لقناة سكاي نيوز الإخبارية لهذه الجلسة، من الساعة 08:00

صباحا بتوقيت غرينتش، إلى غاية الساعة 22:00 مساء بتوقيت غرينتش، أي ما معدله 15 ساعة من البث المباشر لقناة الدراسة.

مصطلحات الدراسة:

الإطار الإعلامي:

هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث المتعلقة بقضية ما، ويعني الانتقاء المتعمد لبعض جوانب الحدث، أو القضية، وجعلها أكثر بروزا في النص الإعلامي، بطريقة تنظم القضية، وتحددها، وتضفي عليها قدرا من الاتساق، وذلك من خلال استخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة، وتحديد أسبابها، وتقييم أبعادها، وطرح حلول مقترحة بشأنها[1].

التحيز الإعلامي:

هو قيام الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية بوضع رأي ذاتي داخل ما يعتبر أنه تقرير يقوم على الحقائق، ويتضمن التحيز سمتين هما: نقص التوازن بين وجهات النظر المتعارضة في تغطية وسائل الإعلام، وتشويه الحقائق بشكل مقصود نتيجة لتأييد الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها لطرف معين[2]. وهو "إظهار الأشياء من وجهة نظر واحدة، وقد يكون صريحا ومباشرا، أو ضمنيا، ويظهر في صورة انتقاء وقائع، وتفاصيل بعينها، والتركيز عليها دون غيرها، واختيار كلمات محددة، واستخدامها في الصياغة، وعرض الحقائق وفق تسلسل معين، فضلا عن المساحة الممنوحة للآراء المتعارضة"[3].

التغطية الإخبارية:

هي أحد أشكال التغطية الصحفية، وتتضمن مجموعة من الخطوات يقوم من خلالها المحرر بالبحث عن بيانات ومعلومات عن التفاصيل والتطورات والجوانب المختلفة لحدث أو واقعة أو تصريح ما، أو بمعنى آخر يجيب عن كل الأسئلة التي قد تتبادر إلى ذهن القارئ بشأن هذه الواقعة أو الحدث أو التصريح، ثم يُقيم هذه المعلومات ثم يحررها بأسلوب صحفي مناسب، وفي شكل صحفي مناسب بالتغطية الإخبارية[4].

قناة سكاي نيوز عربية:

سكاي نيوز عربية هي قناة فضائية إخبارية، ناطقة باللغة العربية من العالم العربي وإليه، تبث بشكل رئيسي للجمهور في منطقة الوطن العربي، والقناة هي استثمار مشترك بين شركة أبو ظبي للاستثمار

---

[1] ÍLa Porte, T. ? & Azpiroz, L., 2009. Framing the eClash of Civilization in Europe: Interaction Between Political And Media Frames, Journal of Media and Communication Studies, Vol.1, No.1,p.12

[2] سليمان صالح، ظاهرة التحيز في وسائل الإعلام الغربية: دراسة تطبيقية على الصحافة البريطانية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي لاقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، القاهرة، (العدد 75)، ص 79

[3] Megan de Kantzow & Sue Stubbs, Targeting Media: News papers and Magazines, Blake Education, 2000, p13.

[4] عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني، صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، الطبعة الثانية، ص36، نقلا عن محمود علم الدين، الفن الصحفي، مطبوعات قطاع الثقافة ، مؤسسة أخبار اليوم، القاهرة، 2004، ص 159 – 160

الإعلامي وبين مؤسسة سكاي البريطانية، القناة المدفوعة الرائدة في المملكة المتحدة، وقد انطلق بث القناة من العاصمة الإماراتية أبو ظبي في 6 مايو 2012، وتتخذ القناة من مدينة أبو ظبي مقرا لها[1].

الدراسات السابقة:

يعد الاطلاع على الدراسات والبحوث السابقة جزءا من العملية البحثية، وركنا أساسيا من أركان البحث العلمي، الذي يعتمد على تراكم المعرفة وتوالي البحوث، وهذه مجموعة من الدراسات التي أمكن للباحث الاطلاع عليها:

سليمان صالح (1994): ظاهرة التحيز في وسائل الإعلام الغربية[2]

قام الباحث برصد أشكال التحيز في الصحافة البريطانية، وتوصل إلى أن القيم الخبرية المستخدمة هي إحدى العوامل التي تشكل ظاهرة التحيز والاختلال في تدفق الأنباء، ولكنها ليست العامل الوحيد فهناك عوامل أخرى منها: النظام الغربي لوسائل الإعلام، بالإضافة إلى الدور الواضح للسلطة في تشكيل هذه الظاهرة، والثقافة السائدة في المجتمع.

جمال عبد العظيم أحمد (2007): أثر الأيديولوجية السياسية للدولة في بناء الأطر الإخبارية "دراسة مقارنة لموقعي BBC وقناة العالم الإيريانية"[3].

سعت الدراسة إلى التعرف على أثر الإيديولوجية السياسية للدولتين التابع لهما الموقعين في بناء الأطر الإخبارية المتعلقة بأزمة إقليم دارفور بالسودان، وتوصلت إلى أن إيديولوجية كلا الدولتين قد انعكست على تأطير الأزمة وخصوصية الخطاب المطروح فيها.

جمال عبد العظيم أحمد (2009): أطر إنتاج الخطاب الخبري في المواقع الإلكترونية في الأزمات الدولية "دراسة حالة لموقعي (BBC والعالم)"[4].

استهدفت الدراسة التعرف على أطر إنتاج الخطاب الخبري في الأزمات الدولية في دراسة حالة لموقعي BBC والعالم، بالتطبيق على أزمة احتجاز إيران لخمسة عشر بحارا بريطانيا، وتوصلت إلى أن أطر إنتاج الخطاب الإخباري في كل موقع كان يتم وفقا لمصالح الموقع والمرتكزات التي يهتم بإبرازها لتبرير أفعال الطرف الذي يتبنى أطروحاته في الأزمة، وفقا للدور السياسي الذي يؤديه في خدمة السياسة الخارجية للدولة التابع لها.

[1]https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%83%D8%A7%D9%8A_%D9%86%D9%8A%D9%88%D8%B2_%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9

[2] سليمان صالح، ظاهرة التحيز في وسائل الإعلام الغربية دراسة تطبيقية على الصحافة البريطانية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، القاهرة، 1994. (العدد 75).

[3] جمال عبد العظيم أحمد، أثر الأيديولوجية السياسية للدولة في بناء الأطر الإخبارية: دراسة مقارنة لموقعي BBC وقناة العالم الإيريانية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2007، (المجلد 8)، (العدد 3).

[4] جمال عبد العظيم أحمد، أطر إنتاج الخطاب الخبري في المواقع الإلكترونية في الأزمات الدولية: دراسة حالة لموقعي (BBC والعالم) بالتطبيق على أزمة احتجاز البحارة البريطانيين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2009، (العدد34).

ماجدة مراد (2011): مصادر القضايا العربية في الفضائيات الإخبارية وإشكالية التحيز[1].

حاولت الباحثة التعرف على مصادر القضايا العربية في قنوات الجزيرة، العربية، BBC الناطقة بالعربية، من خلال التحليل الكمي والكيفي للتغطية الإخبارية لهذه القنوات، ومدى التحيز في عرض الصور المصاحبة لها والأطر المستخدمة، وقد توصلت الدراسة إلى أن القنوات الفضائية الإخبارية محل الدراسة، عكست تغطيتها للقضايا العربية جانبا كبيرا من المهنية، إلا أنها لم تستطع أن تتخلص من بعض سمات التحيز فيما يتعلق بمصادر تلك القضايا.

عبد الله بن عبد المحسن العساف (2018): أثر الأيديولوجية السياسية للدولة في بناء الأطر الإخبارية "دراسة مقارنة بين قناة الإخبارية السعودية وقناة العالم الإيرانية"[2].

سعى الباحث إلى الكشف عما إذا كان الخطاب الإعلامي في كل من القنوات المعبرة عن لسان حال الحلفاء في أحداث عاصفة الحزم من جهة، بمنأى عن صراع الأيديولوجيات السياسية، أم كان انعكاسا له، وتوصلت إلى انعكاس الأيديولوجية السياسية للدولتين التابع لهما القناتين على خصوصية بناء الأطر الفرعية بهذه القضية.

ريهام عاطف عبد العظيم (2019): أنماط التحيز في المعالجة الخبرية[3]

سعت المؤلفة إلى اختبار العلاقة بين أنماط التحيز، وأطر المعالجة التي قدمتها ثلاثة من الصحف المصرية لأحداث ثورة 25 يناير وقوى الصراع فيها، ورصد وتحليل آليات التحيز التي اعتمد عليها محررو النصوص الخبرية لتأطير سمات وأدوار محددة لأحداث الثورة، وتوصلت إلى توظيف محرري الخطاب الخبري لمصادر محددة لبناء المعلومات حول الحدث، بالإضافة إلى أن هذا التوظيف للتحيز من المحررين جاء متسقا مع توجهات ومرتكزات السياسية التحريرية لمؤسساتهم الصحفية.

التعقيب على الدراسات:

أفاد الباحث من الدراسات السابقة في صياغة وبلورة مشكلة الدراسة، ووضع تصور عام لها، وكذلك تحديد التساؤلات، وتكوين الأرضية الأساسية لموضوع البحث، والمساعدة على فهم أبعاده.

الإطار النظري:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية تحليل الأطر الإعلامية التي تعد "واحدة من الروافد النظرية الحديثة في دراسات الاتصال، حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الاعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيرا منتظما لدور وسائل الاعلام في تشكيل الأفكار،

---

[1] ماجدة مراد، مصادر القضايا العربية في الفضائيات الإخبارية وإشكالية التحيز، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2011، (العدد 36).

[2] عبد الله بن عبد المحسن العساف، أثر الأيديولوجية السياسية للدولة في بناء الأطر الإخبارية: دراسة مقارنة بين قناة الإخبارية السعودية وقناة العالم الإيرانية بالتطبيق على أحداث عاصفة الحزم، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2018، (المجلد 17)، (العدد1).

[3] ريهام عاطف عبد العظيم، أنماط التحيز في المعالجة الخبرية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2019، الطبعة الأولى.

والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية، والوجدانية لتلك القضايا"[1].
وتنطلق من فرضية أن "الوقائع لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى أو معنى محدد، ولكنها تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار **Frame or Story Line** يحددها، وينظمها ويضفي عليها قدرا كبيرا من الاتساق؛ من خلال التركيز على بعض جوانب هذه الوقائع، وتجاهل البعض الآخر، فالإطار الخبري هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث ذات الصلة ببعضها ضمن قضية معينة"[2].
وهو ما يتفق مع مفهوم التحيز الذي يظهر في الخطاب الخبري من خلال الاستخدام الانتقائي للحقائق عن طريق الإخفاء المتعمد لبعضها، أو إظهارها كلها لدعم مواقف أحد طرفي القصة الخبرية[3].

نتائج الدراسة:

فئات الشكل:

الزمن	طويل		متوسط		قصير		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المجموع	10	66.66	2	13.33	3	20	15	100

أولت قناة الدراسة أهمية كبيرة لجلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي راشد الغنوشي، فخلال 15 ساعة من البث (عينة الدراسة) منحت القناة 261 دقيقة و46 ثانية لفعاليات هذه الجلسة، أي ما يعادل نسبة 29.05%، وهو ما يعكس الأولوية الكبيرة التي تحظى بها جلسة سحب الثقة لدى القائمين على القناة، وكانت الأخبار الطويلة هي الغالبة على زمن التغطية بنسبة 66.66%، فهي تخصص نصف النشرة تارة (30دقيقة)، وثلثيها (40دقيقة) تارة أخرى لتغطية فعاليات هذه الجلسة.
وتشير إحصائيات الجدول أعلاه أن نسبة 80% من أخبار نشرات عينة الدراسة كانت ما بين الطويل والمتوسط، في حين جاءت 20% أخبار قصيرة، وكان ذلك بالأساس خلال الفترة المسائية، أي ما بعد إعلان نتائج الاقتراع، وسقوط لائحة سحب الثقة، مما جعل القناة تخفف من حدة الحماس، وتمنح وقتا أقل من ذي قبل للشأن التونسي في نشراتها اللاحقة.

ورود الخبر في العناوين	ورد في العناوين		لم يرد في العناوين		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
المجموع	13	86.66	2	13.33	15	100

ظلت فعاليات أحداث جلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي تتصدر عناوين نشرات أخبار قناة سكاي نيوز الإخبارية خلال 15 ساعة من البث، فقد وردت في عناوين 13 نشرة من أصل 15 عينة

---

[1]عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، الطبعة الأولى، ص 202

[2]علي مولود فاضل، المعالجة الإخبارية للأحداث العربية، نور نشر، 2019، ص 13

[3] ريهام عاطف عبد العظيم، أنماط التحيز في المعالجة الخبرية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2019، الطبعة الأولى، ص 90، نقلا عن هشام عطية عبد المقصود، دراسات في تحليل الخطاب الإعلامي.. صورة الذات العربية في الأزمات الدولية وآليات التحيز في التغطية الخبرية، ص 210

الدراسة أي نسبة 86.66%، وكانت بالإضافة إلى ذلك طوال اليوم أولى العناوين الإخبارية، وحلت ثاني العناوين لمرة واحدة، وكان ذلك بعد خروج نتائج الاقتراع وتبين سقوط لائحة سحب الثقة من رئيس البرلمان راشد الغنوشي، ولم ترد في العناوين لمرتين فقط أي نسبة 13.33%؛ والحقيقة أنه في تلك الأثناء لم تكن هنالك نشرات إخبارية وإنما تغطية مفتوحة لفعاليات جلسة سحب الثقة، وهو ما يعكس بجلاء الأهمية الكبيرة التي منحتها قناة الدراسة لفعاليات هذه الجلسة.

الموقع في النشرة	المقدمة		الوسط		آخر النشرة		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المجموع	15	100	7	46.66	4	26.66	26	173.33

استولت جلسة سحب الثقة قضية التحليل على مقدمة نشرات سكاي نيوز الإخبارية وتغطيتها الإخبارية، فحافظت على صدارة مقدمة جميع نشرات عينة الدراسة، بل وأكثر من ذلك ظلت القناة تعود لها في بين الفينة والأخرى وسط النشرة وآخرها أحيانا، ولم تكتف القناة بتناولها في مقدمة كل نشرات العينة، بل عادت لها بالتغطية في وسط النشرة بنسبة 46.66%، وفي آخرها بنسبة 26.26%، وهي ربما تكون القناة الوحيدة – من غير القنوات الوطنية التونسية –التي منحت كل هذا الوقت والاهتمام لفعاليات جلسة سحب الثقة هذه.

فئات المضمون:

القيم الإخبارية	الصراع		الأهمية		الشهرة		الآنية		التوقع		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المجموع	13	25.49	13	25.49	13	25.49	7	13.72	5	9.80	51	100

جاءت عناصر القيم الإخبارية (الصراع – الأهمية – الشهرة) في المرتبة الأولى في التغطية الإخبارية لقناة سكاي نيوز الإخبارية لجلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي بنسبة 25.49% لكل منها، وحل في المرتبة الثانية عنصر الآنية ب13.72%، ثم عنصر التوقع لما قد يترتب على حدث سحب الثقة من رئيس البرلمان بـ9.80%.

الاتجاه	مؤيد		معارض		محايد		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المجموع	15	100	0	0	0	0	15	100

استولى على تغطية القناة لفعاليات جلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي راشد الغنوشي اتجاه التأييد الكلي لمسعى سحب الثقة بنسبة 100%، وتجلى ذلك في إبراز تصريحات زعماء الكتل المحررة لوثيقة سحب الثقة، وبالأخص زعيمة الحزب الدستوري الحر عبير موسي وأعضاء كتلتها النيابية، وكذلك المصادر التي تعتمد عليها، والمداخلات التي تبثها من جلسة سحب الثقة وهي حصرا للطرف المؤيد لسحب الثقة، وانتقاء الضيوف المؤيدين لهذا التوجه.

التوازن	وجهة نظر واحدة		وجهتي نظر		أكثر من وجهة نظر		لا يعرض أي وجهة نظر		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المجموع	15	100	0	0	0	0	0	0	15	100

جاءت التغطية الإخبارية لقناة سكاي نيوز الإخبارية لفعاليات جلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي مخلة بالتوازن الإعلامي، تقدم وجهة نظر واحدة وهي وجهة النظر الداعية لسحب الثقة من رئيس البرلمان راشد الغنوشي، ومُتجاهلة بالمطلق لوجهة النظر الأخرى، بل وأكثر من ذلك كانت في بعض الأحيان تعرض بعض المداخلات التي ترُد أو تُعلق على مداخلات لنواب النهضة(مداخلة وليد الجلاد التي ينتقد فيها مداخلة نور الدين لبحيري رئيس كتلة حركة النهضة والتي كررت في ثلاث نشرات إخبارية)، دون أن تفسح المجال لعرض تلك المداخلات المردود عليها ولو لمرة واحدة، فخلال 15 ساعة من البث المتواصل تماهت فيها القناة مع طرف بعينه، تردد مقولاته وتضخمها، وتجعل منها حقيقة مطلقة، وتأطر الأحداث من خلالها كما سنبين لاحقا.

نوعية الضيوف	مؤيد لتوجه القناة		معارض لتوجه القناة		محايد		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المجموع	15	83.33	2	11.11	1	5.55	18	100

احتلت الشخصيات المؤيدة لتوجه القناة وبتالي سحب الثقة من رئيس البرلمان راشد الغنوشي، بل والنشطة في ذلك قائمة ضيوف التغطية الإخبارية لفعاليات جلسة سحب الثقة بنسبة 83.33%، وكان في مقدمتها أعضاء الحزب الدستوري الحر الذي يتزعم مساعي سحب الثقة من الغنوشي بنسبة 26.66%، وجاءت الشخصيات المعارضة لتوجه القناة في المرتبة الثانية من ضيوف التغطية أي بنسبة 11.11% والمحايدة 5.55%، وتجدر الإشارة هنا إلى أن الشخصيتين المعارضتين لتوجه القناة تم استضافتهما أولا في النشرات الإخبارية المسائية، أي بعد صدور نتائج اقتراع سحب الثقة، هذا بالإضافة إلى أنه لم يستضف أي منها لوحده؛ بل كان الأول صحبة شخصية أخرى مؤيدة لتوجه القناة، وكان الثاني ثالث شخصيتين مؤيدتين لسحب الثقة. وكانت السمة البارزة في التعاطي مع الشخصيات المعارضة لتوجه القناة هي المقاطعة المتكررة، وذلك على عكس الزملاء المؤيدين الذين لا يقاطعون أحيانا، وإذا قوطع أحدهم يكون ذلك بسؤال توجيهي، كما منحت الشخصيات المؤيدة وقتا أطول من نظرائهم المعارضين لتوجه القناة.

الأطر الإخبارية قبل خروج نتائج اقتراع سحب الثقة:

الأطر الإخبارية	الاستراتيجية		الصراع		المسؤولية		السمات		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المجموع	27	45.76	17	28.81	9	15.25	6	10.16	59	100

خلال تغطية القناة لفعاليات أحداث جلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان وقبل صدور نتائج الاقتراع، نال إطار الاستراتيجية المرتبة الأولى في تأطير القناة لوقائع الجلسة بنسبة 45.76%، فهي "لحظة حاسمة، ومنعرج تاريخي في الحياة السياسية التونسية منذ دستور 2014، بل ومنذ ثورة 2011 وما قبل الثورة"،

و"كل الوضع سواء كان تشريعيا أو تنفيذيا مرتبط بهذه الجلسة"، ثم إنها "ضربة تتعدى تونس...وارتداداتها تذهب إلى جميع ما يسمى بالإسلام السياسي وخصوصا تنظيم الإخوان العالمي".

وحل في المرتبة الثانية إطار الصراع بنسبة 28.81%، حيث تناولت القناة الأحداث من خلال "الأزمة السياسية التي تعيشها تونس" و"الاستقطاب الحاصل بين الكتل البرلمانية" و"انعقاد جلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان بعد ثمانية أشهر فقط من ولايته البرلمانية التي من المفترض أن تستمر خمس سنوات".

وجاء إطار المسؤولية ثالثا بنسبة 15.25%، وكان ذلك على ثلاث مستويات أولها: "مسؤولية حركة النهضة عن التوتر داخل الجلسة.. ومحاولة إغراقها بنقاط النظام وتعطيلها"، وثانيها: "مسؤوليتها عن كل ما حدث في تونس منذ الثورة وإلى الآن.. وعن الأعمال الإرهابية وعن الاغتيالات السياسية.. إلخ"، والمستوى الثالث والأخير: "مسؤولية راشد الغنوشي عن حالة الاستقطاب الأكثر حدة في تونس.. وعن تفتيت البرلمان وبتالي تفتيت المشهد السياسي برمته".

وكان إطار السمات هو الرابع والأخير الذي أطرت من خلاله قناة سكاي نيوز الإخبارية فعاليات جلسة سحب الثقة، وبالخصوص ما قبل منتصف النهار وصدور نتائج الاقتراع وذلك ب10.16%، فكانت سمة الشق المطالب بسحب الثقة من راشد الغنوشي: "الانضباط والتجانب بين نوابه"، و"التفاؤل وامتلاك استراتيجية لامتصاص غضب الطرف الآخر"، أما الشق المؤيد للغنوشي فكانت سمته: "التخوف" و"الفوضى غير المبررة"، وفي حين يتم الإعلاء من شأن الشق المطالب بسحب الثقة ووصفه بالكثرة فهي: "أحزاب وطنية ودستورية وديمقراطية وأحزاب شبابية وتيارات مدنية وحداثية.." كان يتم الاقتصار لوصف أنصار الغنوشي بـ "أحزاب رديفة لحزب النهضة".

الأطر الإخبارية بعد خروج نتائج اقتراع سحب الثقة:

الأطر الإخبارية	الصراع		الاستراتيجية		محدد بقضية		المسؤولية		السمات		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المجموع	58	70.73	11	13.41	11	13.41	1	1.21	1	1.21	86	100

ركزت قناة الدراسة في تغطيتها لفعاليات جلسة سحب الثقة بعد خروج نتائج الاقتراع، وتبين سقوط لائحة سحب الثقة على إطار الصراع بنسبة 70.73%، فهي تمثل "حالة استقطاب ثنائي بين كتلتين أو بين مشروعين"، وأن "الغنوشي ساقط سياسيا"، و"شرعيته منتقصة.. وأن نصف البرلمان الآن ضد الغنوشي"، وأن "هناك دعوات لاستقالته".

وحل في المرتبة الثانية بالتساوي كل من الإطار الاستراتيجي، والإطار المحدد بقضية بنسبة 13.41% لكل منهما، فكان الأول يتمثل في "الآثار الأكيدة لهذه الجلسة على مسار تشكيلة الحكومية المقبلة"، وكذلك اعتبارها "منعرج تاريخي في التاريخ السياسي التونسي والتاريخ البرلماني منذ 64 عاما، منذ تأسيس الجمهورية التونسية والاستقلال، وإعلان الجمهورية في المجلس التأسيسي ودستور 1957م"، وهي بالنسبة للغنوشي "فشل أو خسارة مؤجلة".

أما الإطار المحدد بقضية فتمثل في التشكيك منذ البوادر الأولى لسقوط لائحة سحب الثقة في نزاهة الجلسة، وتم اعتبارها "جلسة غير نزيهة ومطعون في شرعيتها" وأن "تسييرها عليه مآخذ، وأنها تمت دون مناقشة وفي إطار من السرية يعد سابقة برلمانية تتنافى أصلا مع مبدأ الشفافية". وأنه حصلت هنالك "ضغوط على النواب وعراقيل، واستخدام للمال السياسي، وشراء الذمم.. إلخ" هذا بالإضافة إلى أن توقيتها لم يكن بالمناسب.

وجاء في المرتبة الثالثة والأخيرة إطار المسؤولية والسمات بنسبة 1.21% لكل منهما، فكانت "مسؤولية النهضة عن العشرية الماضية من الحكم في تونس والتي تعد سلبية كلها"، وأن "إسقاط حكومة الفخفاخ جاء على خلفيات تضارب مصالح بين الطرفين"، أما السمات فمثلت في وصف ما قامت به حركة النهضة استعدادا لجلسة سحب الثقة بأنه كان "مهمة قذرة" حاولت من خلالها إفشال هذه الجلسة.

أنماط التحيز	التفضيل		الإهمال		مدة العرض		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المجموع	14	40	14	40	7	20	35	100

حل عنصري التفضيل لوجهة نظر والاستفاضة في شرحها، وإهمال وجهة النظر الأخرى في أعلى مراتب أنماط التحيز الذي شهدته تغطية قناة سكاي نيوز الإخبارية لجلسة سحب الثقة من الغنوشي بنسبة 40% لكل منهما، فعينة الدراسة تظهر أن القناة فضلت وجهة نظر الطرف الداعي لسحب الثقة من الغنوشي، وبتالي أفاضت في شرحها وفسح المجال أمام حامليها لبسطها وتبيينها للمشاهد، والاعتماد على أصحابها حصرا كمصدر للمعلومات، وتأطير الأحداث بما يصب في مصلحتها. كما أهمل القائمون على القناة خلال هذه التغطية وجهة نظر الرافضين لسحب الثقة، فتم إغفال حججهم، وحجب تصريحاتهم وآرائهم بشكل كلي مما شكل إخلالا بالتوازن الإخباري، وضربا لموضوعية معالجة القناة الإخبارية، ومبدأ حق الجمهور في المعرفة.

وجاءت مدة العرض في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة 20%، وذلك بمنح بعض فعاليات الجلسة أكثر مما تستحقه من وقت من الناحية المهنية، وهو ما انفردت به قناة الدراسة من بين كل القنوات الإخبارية الخليجية بحسب متابعتنا لها، ما يعكس الأهمية التي يحظى بها هذا الحدث لدى القائمين على الأخبار في القناة، وهو ما يتقاطع أيضا مع موقف أبرز الشركاء الماليين للقناة – النظام الإماراتي – من راشد الغنوشي وتياره السياسي في تونس والعالم.

تحيز المصادر	خريطة المصادر		المصادر المجهلة		أجندتها		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المجموع	12	46.15	10	38.46	4	15.38	26	100

جاء في مقمة عناصر تحيز المصادر عنصر خريطة المصادر المعتمدة في تغطية القناة لفعاليات جلسة سحب الثقة من الغنوشي بنسبة 46.15%، فأغلبية هذه المصادر كانت من أعضاء الحزب الدستوري الحر والكتل المطالبة بسحب الثقة من رئيس البرلمان، أو هم كتاب ومحللون سياسيون لهم نفس الخط

السياسي والتوجه الفكري، وتم استبعاد بقية المصادر الأخرى، فنجد أنها مثلا في التقرير الإخباري الذي بثته بعد صدور النتائج منحت أكثر من نصف الوقت لتصريح زعيمة الحزب الدستوري الحر عبير موسي، والنائبة عن كتلة تحيى تونس نسرين العماري، في حين تستبعد كليا ذكر، أو الإسناد للمؤتمر الصحفي الذي عقده راشد الغنوشي بعد صدور النتائج. وهذا ما عبر عنه هشام عطية بالقول: "هناك جانب كمي للتحيز يتمثل في الاعتماد المكثف على المصادر المعبرة عن سياسات، ومواقف أحد طرفي صراع، أو أزمة موضع تغطية خبرية، بما يسمح لرؤية وتوجهات هذا الطرف بالهيمنة على بنية ومسارات معالجة الأحداث داخل التغطية الخبرية، في الوقت الذي يتم فيه الإقصاء، والتغييب المتعمد لمصادر تعبر عن مواقف الطرف الآخر في الصراع[1].

وحل في المرتبة الثانية عنصر المصادر المجهلة بـ 38.46% فهي مثلا تتحدث عن "دعوات من أوساط سياسية لاستقالة الغنوشي بعد تصويت 97 نائبا لصالح لائحة سحب الثقة منه"، ولم تفصح عما هي هذه الأوساط، ولم نجد لها ذكرا في مكان آخر، إلا إذا كانت تقصد ما صدر عن النائبة عن الحزب الدستوري الحر عواطف قريش في مقابلة لها مع القناة اعتبرت فيها أنه: "مهما كانت النتيجة فإن الغنوشي سقط سياسيا" غير أن هذا التصريح ورد من النائبة قبل البدإ في فرز النتائج، وليس بعد صدور النتائج كما توهم القناة المشاهدين بذلك، هذا بالإضافة إلى حديثها عن أن "بعض المنظمات المتخصصة في شؤون ممارسة العمل البرلماني انتقدت هذه الفكرة (سرية الجلسة وعدم فتحها للنقاش)، وقالت إنها سابقة برلمانية، وهي تتنافى مع فكرة الشفافية"، ولم تفصح عن هوية هذا المنظمات، وكذلك أن " نواب تونسيون قد أكدوا أن عدد الأوراق المخصصة للتصويت التي وزعت على النواب أكثر من تلك التي وجدت في الصندوق بعد التصويت"..إلخ.

وجاء في المرتبة الثالثة والأخيرة عنصر أجندة المصادر بنسبة 15.38%، فكما أسلفنا كانت مصادر التغطية كلها تمثل أحد أطراف الصراع وكذلك غالبية الضيوف، وكانت الأخبار التي تنسب لكل هذه المصادر تصب في خانة الطرف المؤيد لتوجه القناة، ولم تكن الأجندة التي تقدمها هذه المصادر سواء المعلنة منها أو المجهلة بالبريئة أو المحايدة، فهي كانت قبل صدور نتائج الفرز تقول بأن شق سحب الثقة قد أمن العدد اللازم لسحب الثقة، وأن كل شيء محسوم، وأن الأمور تسير بشكل ديمقراطي، ثم بعد إعلان النتائج وتبين فشل مسعى سحب الثقة أصبحت الجلسة (وبحسب نفس المصادر الآنفة التي كانت تشيد بديمقراطيتها) غير نزيهة، وتتنافى أصلا مع مبدأ الشفافية إلى آخره.

---

[1] علي مروة محي الدين محمد، موضوعية المصادر الصحفية في معالجة انتخابات الرئاسة 2012: دراسة تحليلية على صحف الأهرام، الوفد، المصري اليوم، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد1 مايو 2013، ص 180، نقلا عن هشام عطية عبد المقصود، دور المصادر في بناء تحيزات التغطية الخبرية: دراسة تحليلية مقارنة للخطاب الخبري لجريدتي النيويورك تايمز والواشنطن بوست بشأن الجدار العازل الإسرائيلي.

التحيز اللغوي:

- **تسمية الحدث:** اعتبرت القناة أن ما أفرزته وقائع جلسة سحب الثقة هو: "فشل أو خسارة مؤجلة للغنوشي"، وصارت تردد أن "الغنوشي ساقط سياسيا"، هذا في حين تصف الحدث – أي عدم تمكن الطرف الداعي لسحب الثقة من تأمين الحصول على النصاب القانوني – أنه "إنجاز سياسي"، وهو ما لايمكن فهمه بعيدا عن استراتيجية القناة المؤيدة لذلك الطرف مما يجعلها ترى – أو تود أن يرى المشاهد على الأصح – فشله إنجازا، وانتصارات الآخرين فشلا وخسارة.
- **تسمية الأطراف المشاركة:** حرصت القناة خلال تغطيتها لفعاليات جلسة حسب الثقة على التقليل من الأطراف المناصرة لرئيس البرلمان، فهي "النهضة وحلفاؤها"، و "النهضة والأحزاب الرديفة لها"، و"أحزاب الإسلام السياسي"، أما الطرف الآخر فهو "الشق الكبير في البرلمان"، وهو أيضا "الأحزاب الدستورية، والوطنية، والديمقراطية، والأحزاب الشبابية وغيرها" و"الكتل الحداثية والمدنية"، فهي لا تفتأ تصف الطرف الأخير بالكثرة، وتعدد له التسميات والألقاب، وبالمقابل لا تفوت أي فرصة للتقليل من شأن المناهضين لسحب الثقة.
- **تسمية الأفعال المنسوبة لهذا الأطراف:** بالنسبة للنهضة كانت "تعطيل الجلسة"، و" عرقلة مسار التصويت"، و"مداخلات بلا عنوان لا مبررات قانونية لها"، بالإضافة إلى "العجز التي أصبحت تعيشه، ونتائج الحكم السلبية على جميع المستويات خلال عشر سنوات"، و"المسؤولية عن الأعمال الإرهابية التي عرفتها تونس والاغتيالات السياسية". ورئيسها الغنوشي "في حالة حصار" وهذا تردد عشرات المرات.

أما الطرف المطالب بسحب الثقة فلم يوسم قط إلا بالأوصاف الحميدة، فهو "في حالة انضباط وتجانس بين نوابه"، عكس ما أظهرت النتائج، و"لديه استراتيجية لامتصاص غضب النهضة وحلفائها"، و "متفائل بشكل أو بآخر".

الخاتمة

منحت قناة الدراسة حيزا كبيرا من تغطيتها الإخبارية للمتابعة والتعليق على فعاليات جلسة سحب الثقة من رئيس البرلمان التونسي راشد الغنوشي المنعقدة يوم الخميس 30 يوليو 2020م، فكانت 29.05% من مجموع بث القناة بما في ذلك المواجيز الرياضية والاقتصادية لنقاش فعاليات هذه الجلسة، وظلت في صدارة العناوين ومقدمة النشرات الإخبارية، وقد كان إخلال القناة بالتوازن الإعلامي في معالجها لهذه الأحداث جليا، فجاءت تغطيتها متحيزة لأحد أطراف الصراع، تبرز مقولاته وحججه ومداخلاته وتركز عليها دون سواها، وتبقى ترددها على الدوام، وتعتمد عليه كمصدر وحيد للمعلومات، بدون اكتراث للمصادر البديلة والحجج المعارضة، فهي تتبنى وجهة نظر الأطراف المطالبة بسحب الثقة، وتستفيض في شرحها وتنتقي من الضيوف من يؤيدها (نسبة 83.33% من الضيوف مؤيدين لوجهة نظر القناة

وبتالي سحب الثقة)، وتؤطر الأحداث بما يدعم وجهة النظر تلك، وعلى ضوء ما يصدر عن أصحابها من تصريحات وما يتبنوه من مواقف.

وكانت السمة الأبرز لتغطية قناة سكاي نيوز الإخبارية لهذه الجلسة هي المعالجة أحادية الزاوية التي تظهر الأشياء من وجهة نظر واحدة، والتجاهل التام لخرجات الغنوشي ومؤيديه وإهمال حججهم، كما تجلى انحيازها بشكل أكبر في عدد المصادر المجهلة التي اعتمدت عليها، والأجندة التي تقدمها هذه المصادر، فضلا عن تسميتها للحدث "الغنوشي ساقط سياسيا"، وكذلك اتهام نواب النهضة بتعطيل سير الجلسة، والعجز والفشل والمسؤولية عن كل الأعمال الإرهابية والاغتيالات السياسية في تماه واضح مع الطرف المطالب بسحب الثقة.

وكان واضحا تأثير السياسة التحريرية للقناة على تناولها لفعاليات هذه الجلسة من خلال ما أولته لها من اهتمام، في تناظم تام مع توجه دولة الإمارات المناهض لوصول الإسلاميين للسلطة –والحديث عن دعمها للمتصدرين للمطالبة بسحب الثقة – وهو ما كان جليا في الأنظمة الإخبارية لمعالجة القناة لهذا الحدث، ومنحها البعد الاستراتيجي لهذه الجلسة قبل تبين عدم تمكن الكتل التي حررت لائحة سحب الثقة من بلوغ النصاب القانوني، وساعتئذ شرعت القناة في التشكيك في نزاهتها وشفافيتها.

التوصيات:

- ضرورة الحرص على تحقيق التوازن الإعلامي في المعالجات الإخبارية، وذلك بالعرض المتساوي والعادل لوجهات النظر المتعارضة، بما يعكس الأوزان النسبية لكافة الأطراف المشاركة في الحدث.
- لا ينبغي للغة الإعلامية أن تتجاوز الدقة والتجرد، فالمعالجة الإخبارية الموضوعية تتسم باستخدام لغة غير إيحائية تعبر بحياد تام عن الحدث، بلا تهويل أو تهوين.
- الحرص على تعدد المصادر وتنويعها، وتحري وثوقيتها، والرفض لتجهيلها إلا في حالات الضرورة، وتعذر المصادر البديلة، ثم التأكد من دوافع أصحابها لذلك.
- يقوض التحيز الإعلامي مصداقية وسائل الإعلام، ويحد من تأثيرها، كما يعد إخلالا بحق الجمهور في المعرفة؛ مما يجعل العمل على تجنبه مسؤولية مهنية لا ينبغي التساهل فيها.

المراجع:

أولا: الكتب:

- ريهام عاطف عبد العظيم (2019)، أنماط التحيز في المعالجة الخبرية، (الطبعة الأولى)، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر
- عبد الرزاق محمد الدليمي (2016)، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، (الطبعة الأولى)، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن

- عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني (2014)، صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، (الطبعة الثانية)، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
- علي مولود فاضل(2019)، المعالجة الإخبارية للأحداث العربية، نور نشر

ثانيا: دراسات إعلامية:

- جمال عبد العظيم أحمد (2007)، أثر الأيديولوجية السياسية للدولة في بناء الأطر الإخبارية: دراسة مقارنة لموقعي BBC وقناة العالم الإيرانية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، (المجلد 8)، (العدد 3)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- جمال عبد العظيم أحمد (2009)، أطر إنتاج الخطاب الخبري في المواقع الإلكترونية في الأزمات الدولية: دراسة حالة لموقعي (BBC والعالم) بالتطبيق على أزمة احتجاز البحارة البريطانيين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (العدد 34)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر
- حجام الجمعي (2013)، أخلاقيات الممارسة المهنية في الصحافة الجزائرية من الالتزام بنقل الحقائق إلى احتراف في صناعتها، مجلة الحكمة، (27)، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر.
- سليمان صالح (1994)، ظاهرة التحيز في وسائل الإعلام الغربية: دراسة تطبيقية على الصحافة البريطانية، مجلة الدراسات الإعلامية، (العدد 75)، المركز العربي الاقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، القاهرة.
- عبد الله بن عبد المحسن العساف(2018)، أثر الأيديولوجية السياسية للدولة في بناء الأطر الإخبارية: دراسة مقارنة بين قناة الإخبارية السعودية وقناة العالم الإيرانية بالتطبيق على أحداث عاصفة الحزم، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (المجلد 17)، (العدد 1)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- علي مروة محي الدين محمد(2013)، موضوعية المصادر الصحفية في معالجة انتخابات الرئاسة 2012: دراسة تحليلية على صحف الأهرام، الوفد، المصري اليوم، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (العدد 1)، جامعة الأهرام الكندية.
- فاطمة شعبان أبو الحسن(2014)، المعالجة الإعلامية للسياسية الخارجية الأمريكية تجاه مصر في عهدي مرسي ومنصور: دراسة مقارنة بين قناتي الجزيرة القطرية والحرة الأمريكية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (العدد 4)، جامعة الأهرام الكندية.
- ماجدة مراد(2011)، مصادر القضايا العربية في الفضائيات الإخبارية وإشكالية التحيز، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (العدد 36)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.

ثالثا: المراجع الأجنبية:

- La Porte, T. ? & Azpiroz, L., 2009. Framing the eClash of Civilization in Europe : Interaction Between Political And Media Frames, Journal of Media and Communication Studies, Vol.1, No.1
- Megan de Kantzow & Sue Stubbs, Targeting Media: Newspapers and Magazines, Blake Education, 2000, p13.

رابعا: المواقع الإلكترونية:

- https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%83%D8%A7%D9%8A_%D9%86%D9%8A%D9%88%D8%B2_%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9

تربع خطاب ثقافة الصورة في ظل الجائحة

Image culture and media discourse in light of the pandemic

أ. رامي كمال

باحث في سلك الدكتوراه جامعة محمد الخامس بالرباط

الملخص:

يعد خطاب ثقافة الصورة من أهم الخطابات التي فرضت نفسها بجدارة في جل المجالات في عالمنا المعاصر، بفضل التكنولوجيا وتطورها بشكل سريع، وقد وجد رواجا كبيرا في الدراسات الأجنبية، مقارنة بالدراسات العربية، كما أن هناك كثيرا من القضايا والموضوعات والاتجاهات تفرعت من خطاب ثقافة الصورة، وتحتاج إلى مزيد من البحث والدراسة في عالمنا العربي المعاصر، وخاصة مع الحجر الصحي في ظل الجائحة"كوفيد19"، فأصبح من دعائم الحياة المعاصرة. ومن ثمّ هدفت في هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على خطاب ثقافة الصورة وربطه ببعض المجالات، من خلال المفهوم، والأهمية، والقضايا، والأنساق الثقافية المضمرة التي أثيرت حول هذا الخطاب في الوقت الراهن. مختتما بأهم الاستنتاجات التي أكدت أن خطاب ثقافة الصورة، أصبح هو الخطاب الأعلى والمهيمن في ثقافتنا المعاصرة، بل من أهم الوسائل الأساسية والمهيمنة على هويتنا الثقافية.

Abstract :

The image culture discourse is one of the most important speeches that have imposed themselves well in most fields in our contemporary world, thanks to technology and its rapid development, and has found great popularity in foreign studies, compared to Arab studies, and there are many issues, topics and trends that branched out from the discourse of image culture, And it needs more research and study in our contemporary Arab world, especially with the quarantine in light of the pandemic "Covid 19", which has become one of the pillars of contemporary life. Then, I aimed in this study to shed light on the image culture discourse and link it to some areas, through the concept, importance, issues, and implicit cultural patterns that have been raised around this discourse at the present time. He concluded with the most important conclusions that confirmed that the image culture discourse has become the highest and dominant discourse in our contemporary culture, but rather one of the most basic and dominant means of our cultural identity.

الكلمات المفتاحية:

ثقافة الصورة، الجائحة (كوفيد– 19)، الثقافة التلفزيونية، الاستبداد السياسي، الأنساق المضمرة.

مقدمة:

إن خطاب ثقافة الصورة أصبح من أهم الخطابات التي وجدت رواجا عاما على الساحة النقدية والأدبية في العصر الحالي، كما أنه وجد رواجا جماهيريا لتعبيره السريع عن الواقع في عصر السرعة عصر التكنولوجيا بامتياز.

وزادت أهمية خطاب ثقافة الصورة عندما أصبح العالم يعيش طفرة كبيرة من التقدم والتطور والتكنولوجيا الحديثة التي شملت كل المجالات، وأصبحت الصورة هي رمز السرعة والفهم والحصول على المعلومة وتأكيدها، وسرعان ما تأتي جائحة "كوفيد 19" وتفرض على العالم كله الحجر الصحي وتصبح ثقافة الصورة هي اللغة العالمية التي تفرض وجودها بدون حدود، بالإضافة إلى معظم المجالات اعتمدت عليها في استكمال مسيرة الحياة، سواء كان الإعلام بشكل أساسي، ووسائل التواصل الاجتماعي المتنوعة وأيضاً التعليم، والصحة، والشركات الكبرى، والتسويق العالمي، والوزارات، والإدارات، والمنظمات وغيرها. بمعنى أننا اليوم أصبحنا أمام خطاب جديد يتطور بشكل سريع وملحوظ، وتشعّب في كل المجالات بأشكال متنوعة؛ لذا سأتطرق في هذا المقال إلى المحاور الرئيسية التالية (مفهوم خطاب ثقافة الصورة، خطاب ثقافة الصورة في ظل الجائحة، النقد وخطاب ثقافة الصورة، الثقافة التلفزيونية وخطاب ثقافة الصورة، الأنساق المضمرة وخطاب ثقافة الصورة، الاستبداد السياسي وخطاب ثقافة الصورة).

أولا: مفهوم خطاب ثقافة الصورة:

إن الصورة خطاب ثقافي وإعلامي ومعرفي، جمع بين الفكر والأيديولوجية والتكنولوجية والاقتصاد، فهو وسيلة تواصلية عالمية فعالة ومعاصرة ومتعددة الوظائف. يقول الجابري إن ثقافة الصورة" هي ثقافة إشهارية إعلامية سمعية وبصرية تصنع الذوق الاستهلاكي. كما أنها ثقافة الاختراق التي تقدمها العولمة بديلا من الصراع الأيدلوجي، حيث إنها تسعى إلى تسطيح الوعي بهدف تكريس نوع معين من الاستهلاك لنوع معين من المعارف والسلع والبضائع"[1] أما عبد الإله بلقزيز يقول إنها " المادة الثقافية الأكثر استهلاكا والأقدر على الفتك بنظام المناعة الطبيعي لدى شعوبنا. إنها أكثر من مجرد شكل، إنها مادة مختزنة بالخطابات والرسائل والدلالات وهي تقدم للمستهلك في قالب جمالي يستوفي الشروط التي تجعله على درجة كبيرة من الجاذبية والإغراء."[2]

وقد أصبحت الصورة "أداة خطيرة وماكينة هائلة لتحريك الجماعات عبر ما تبثه وسائل الإعلام، وإذا كان بوسعنا الحديث اليوم عن رأي عام عالمي، فالفضل الأول في ذلك يعود للصورة وانتشارها المذهل[3]"، وخاصة بعد أن تعدت كل الحواجز في ظل الجائحة، وأصبحت هي المدخل السريع للمتلقي على نطاق

---

[1] الجابري محمد عابد، العرب والعولمة، مجلة المستقبل العربي، العدد 2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1998، ص 18.

[2] عبد الإله بلقزيز، النظام الإعلامي السمعي–البصري العربي والاختراق الثقافي، كتاب إشكالية العلاقة الثقافية مع الغرب، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1997، ص 228.

[3] عز الدين نجيب، ندوة مجلة فصول عن ثقافة الصورة، مجلة فصول، عدد62، سنة 2003، ص107.

أوسع. ويؤكد ذلك فريد الزاهي بقوله:" إن مفهوم الصورة مجاله واسع لأنه شمل اللغة والجسم النفسي والعضوي والذهني وربط بين المرئي واللامرئي والمعقول والمحسوس". ويؤكد سيرج موسكو فيتشي مؤرخ العلوم على تفضيل البشر دائما للصورة، لأنها تجمع بين الوهم، والسحر، والخلود، فيقول: "لقد فضل الناس دائما الصور عن العلامات الأخرى؛ لأنها مجال للوهم وتحتضن القوة الأساسية الضرورية للسحر والرغبة في الخلود"[1].

كما أكدت الدراسات العلمية أن الجسم يساهم بشكل كبير في تشكيل الصور وثرائها الحسي لدى الإنسان فلا وجود لتمثيل تصويري لشيء ما من غير وساطة الجسد والحواس، وعن ذلك تنجم تعددية الصور تبعا للحواس"[2].

كما اهتم عبدالله الغذامي اهتماما بالغا بخطاب ثقافة الصورة أيضا، وقد خصص له دراسة كاملة في كتابه "الثقافة التلفزيونية" وذلك باعتبار الصورة إحدى النصوص التأويلية والتي عرف مفهومها ووضعها المعرفي تغييرا جذريا وملحوظا في الفترة المعاصرة، لهذا يقول الغذامي عن هذا التغيير: "لقد جاء التغيير مع اختراع الصورة المتحركة كوسيلة للتعبير، في السينما أولا ثم في التلفزيون، ثم الانفجار الفضائي التلفزيوني"[3]، إلى أن تعم الصورة من خلال الإنترنيت لتشمل خطابات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وغيره..إلخ فمع هذا التغيير الجذري كانت هناك ردة فعل قوية وتأثير ثقافي قوي مما حول الخطاب الأدبي إلى خطاب الصورة أي من ثقافة النص إلى ثقافة الصورة؛ وباعتبار الصورة كنص تأويلي يقول سعيد بنكراد: "إن الصورة مداخلها ومخارجها لها أنماط للوجود وأنماط للتأويل، إنها نص، وككل النصوص تتحدد باعتبارها تنظيما خاصا لوحدات دلالية متجلية من خلال أشياء أو سلوكيات أو كائنات في أوضاع متنوعة"[4].

أما مرحلة الإقناع والتوسع وكسر الحاجز الثقافي والتمييز الطبقي وتحويل الزمن من زمن ثقافة الكتابة، إلى زمن ثقافة الصورة فيقول الغذامي: "لقد جاءت الصورة لتكسر ذلك الحاجز الثقافي والتمييز الطبقي بين الفئات وشملت كل البشر؛ لأن استقبالها لا يحتاج إلى إجادة القراءة، ودخول فئات إلى قوائم الاستقبال الثقافي مما جعل الجميع سواسية في التعرف على العامل، واكتساب معارف جديدة"[5].

كما أن الافتتان بالصورة وقدرتها الاغرائية نابع من علاقة الصورة بالشيء المصور والتي لا يمكن اختصارها في الشبه بل يمكن حصرها في التمثيل، أو التصوير. بمعنى أن الصورة تمثل الشيء المصور، فالصورة تمتلك المقدرة على استحضار الغائب وتغيب الحاضر، كما أن اكتساح الصورة للحياة المعاصرة لم يجد من المتخيل فقط بل أدى إلى تسليط الواقع وتسطيحه"[6]، ولهذا فإن احتلال هذه الثقافة لعمليات

---

[1] Maurice Mourire, in comment : Vivreavec l,mage (ouv. collectiF) . P : 277

[2] Gean– Gacques, Wunebur ger, bhilosophine, desimages, puf,1

[3]– الغذامي عبد الله: الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، 2004، ط 1، ص: 24.

[4]– سعيد بنكراد: سيميائيات الصورة الإشهارية، إفريقيا الشرق، المغرب، د. ط، 2006، ص: 31.

[5]– الغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 10.

[6] العياضي نصر الدين، الصورة في وسائل الإعلام العربية: بين البصر والبصيرة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد1، القاهرة،2006، ص 15.

الاستقبال البشري جعل الصورة هي الأصل المعرفي بينما "يصير الواقع مجرد انعكاس للصورة، ويصدر عنها بدلا من أن يكون هو الأساس المحاكي."[1] وهذا ما جعل الصورة عنصرا أساسيا لا مفر منه داخل الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والأدبية.

ثانياً: ثقافة الصورة في ظل الجائحة.

إن خطاب ثقافة الصورة في ظل الجائحة أصبح هو المدخل الرئيسي للمتلقي، وخاصة وأنه لا يختص بمتلقي معين فالصورة لا يحجبها لغة أو جنس أو حدود سواء زمانية أو مكانية في الوقت الراهن؛ لذلك تسربت لكل شرائح المجتمع وأصبحت " فلسفة فاعلة مؤثرة في مجال أنماط الحياة، وأسلوب المعيشة لدى الجماعات والشرائح الاجتماعية في مختلف المجتمعات والثقافات"[2]، وقد ساعد الإعلام على انتشارها بشكل سريع، ولاسيما الإعلام الإلكتروني؛ مما أحدث تحولات عميقة في حياتنا ويوضح "بودريار" هذا الدور بقوله:" إن وسائل الإعلام الإلكترونية هي التي تلعب دورا هاما في إنتاج وتدعيم العلامات والصور والرموز في المجتمع"[3]. وقد أصبحت وسائل الإعلام الإلكترونية فعلا هي الأداة الفعالة التي شملت كافة المجالات، وأصبحت الأداة الاكثر استهلاكا في الآونة الأخيرة، وأثبتت قوتها في تحديها لفيروس كرونا اللعين كوفيد19 عندما أجبر العالم على الحجر الإجباري؛ مما جعل عالم الإعلام الإلكتروني هو المنقذ الوحيد في كافة المجالات ومحاولة تغييرها على رأسها التعليم عن بعد، والصحة، والتوعية، والاقتصاد والسياسة، والسوسيولوجية، والدين، والتربية، والفن، والرياضة، والإعلام، وهيمنة وسائل التواصل الاجتماعي بصورة عالية مما جعلها الشغل الشاغل للجميع، والواجهة الحقيقية لمعرفة العالم من حولنا، والملجأ الوحيد لسد أوقات الفراغ طيلة الحجر، ومن أهم الموضوعات المستحدثة إزاء هذه الجائحة، التعليم عن بعد، الإبداع والبحث العلمي، الثقافة العالمية، أخبار تفشي المرض وعدد الحالات، الإشاعات، الهشاشة الاجتماعية، وغيرها.

وقد اعادت ثقافة الصورة الهدوء النسبي للعالم بعد الخسائر الفادحة التي لحقت كل المجالات، وحافظت على السمة الإنسانية المتأصلة بها، وأعادت الثقة بينها وبين الجمهور كفرصة بعد محاولات الإعلام وغيره باللعب بالصورة بين طمس الحقائق وتخيلها. ويؤكد ذلك المؤرخ باتريك إيفينو، رئيس المجلس الفرنسي لأخلاقيات الصحافة، أنها "لحظةمهمة لوسائل الإعلام لتثبت أنها في خدمة الجمهور أولاً بمعلومات جديرة بالثقة عبر انتقائها"[4]، وفعلا كان للإعلام والصورة دور بارز في نشر الوعي وإعلان ما هو واقع بدون تزييف. ومن ثمّ ستتحول الخطابات بشكل عام لما قبل كرونا، وما بعدها باعتبار أنها حدث ليس بالهين

---

[1] الغذامي عبدالله، الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، مرجع سابق، ص15.

[2] Ward ET AL Lydia, Eating out: social Differentiation, consumption and pleasure, Cambridg university press, London, 2000, p49.

[3] Jean Baudrillard, Against Banality, WilliamPawlett, Routledge, London and New York, 2007, p24.

[4] https://www.dw.com/ar موقع أخبار، بتاريخ 2021/2/13،

وليس قومي بل عالمي. وسيصبح خطاب ثقافة الصورة صاحب اليد العليا في شتى المجالات وسيكون سببا في تغييرات جذرية كبرى في ثقافة الفرد والمجتمعات على صعيد العموم، فلذا يجب أن يكون محط اهتمام ودراسة أكبر بمعايير عُليا حتى يتم توجيهه لتحقيق الهدف المنشود.

ثالثا: النقد وخطاب ثقافة الصورة:

ومن ثمّ انتقلت ثقافة الصورة إلى عالم الدراسات النقدية وأصبحت ثقافة الصورة في صدارة اهتمام النقاد والمفكرين، كإدوارد سعيد، وسعيد بنكراد، وعبدالله الغذامي، وفريد الزاهي، وتشومسكي، وغيرهم، ولذلك يقول الغذامي: "لقد تحول مفكرون جادون ليكونوا في صدارة المهتمين بالخطاب الإعلامي من مثل "تقوم تشومسكي، وإدوارد سعيد"، وقد تنبها إلى خطورة هذا الخطاب وتعاملا معه في البحث فيه من جهة، واستخدامه كوسيلة مواجهة ثقافية من جهة أخرى، وكتبه في الخطاب السياسي والإعلامي أضعاف ما في الألسنية...، وريتشارد رورتي الفيلسوف الأمريكي البراغماتي...، وكتب دوقلاس كلنر وكتابه عن ثقافة الميديات..."[1]، بالإضافة إلى الكتابات المضاعفة التي جعلت هذا الموضوع الأكثر اهتماما على الساحة الإعلامية والثقافية والصحفية، ومهما حصرنا من توجيهات فلم نستطيع حصرها؛ بسبب الكم الهائل من الدراسات والكتب والصحف والمجلات والفضائيات التي خاضت وتخوض وستظل في هذا المجال، وذلك لمدى قوة التأثير وخطورته على المتلقي كما يقول الغذامي: "إن أخطر تغيير في وسائل الثقافة هو في تحول الاستقبال من اللغة المكتوبة إلى الصورة المتلفزة، ثم إلى ظهور الفضائيات، وسرعة انتشار المعلومة المصورة، وهذا يجعل فعل الاستقبال سريعا من جهة وفردا من جهة ثانية، وفي مقابل هذه الفردية والتلقائية فإن الصورة لا تستقر على حال"[2]. وبالعودة إلى التنظير فيرشدنا "حفناوي بعلي" إلى أن أول من حاول التنظير للنقد الإعلامي هو "مارشال ماكلوهان"، كما إنه سعى إلى وضع قوانين تحدد مدى تأثير وسائط الإعلام في المتلقي، ومن أهم المصطلحات والمفاهيم والأقوال التي حددها في هذا المجال، مقولة : "الوسيط هو الرسالة" ومصطلح "القرية الكونية" ومصطلح "القرية العالمية"، وذلك بسبب التدفق الكبير والسريع في المعلومات عبر العالم، التي ستكون سببا في تحقيق التقارب بين الثقافات"، وأكد أيضا على أن التلفزيون قد وسع حدود العقل والحواس، فيقول بعلي: "ربما يكون أول من حاول التنظير للنقد الإعلامي هو "مارشال مالكوهان في فترة الستينيات"، وقد كان تركيزه النظري على علاقة الوسائط الإعلامية بالحواس"[3].

كما يؤكد بعلي أيضا على أهمية الصورة ومدى تفوقها في إثارة القلق، وخاصة في الأصل والمفاهيم الثابتة فيقول للصورة قدرتها على إثارة القلق في ثوابت المفاهيم"[4].

---

[1]– الغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 13.

[2]– المصدر نفسه: ص: 45–46.

[3]– حفناوي بعلي، مدخل في نظرية النقد الثقافي المقارن، ط1، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، لبنان، 2007، ص: 305.

[4]– المصدر نفسه، ص: 282.

وهذا ما ولد اهتماما وتوجها نحو هذا الخطاب ومدى خطورته، ويجيب الغذامي عن سبب هذه الخطورة بقوله: "الصورة تخيف لأنها تفضح وتكشف"[1]

وبما أن ثقافة الصورة فرع من فروع الخطاب الإعلامي؛ لذا اندرجت دراستها تحت النقد الثقافي، وخاصة أنه يجمع بين الدراسات الاجتماعية والأدبية اللغوية، كما أنه يسعى للكشف عن المؤشرات اللغوية وغير اللغوية على الفكر الاجتماعي الجمعي، ويصير على الناقد الثقافي لزاما أن يوجه نظره الفاحص حول أهم قضايا الخطاب الإعلامي، ومنها مسألة التضمين والصور والمناظر والخلفيات والثقافات الخاصة بالمجموعات العرقية، ويبرز مدى قوتها الخفية في التعبير عن تلك المجموعات العرقية، كما يمكنه أن يتفحص " الدور المنوط بالأفراد من مختلف الجماعات الثقافية، من أجل تشكيل المنتج المرجو، وإلى أي مدى يمكنهم التحكم في عمليه الإنتاج"[2].

وقد شكّلت ثقافة الصورة حيزاً كبيراً في الخطاب الثقافي، وتكاد الصورة تتفوق على ثقافة الكلمة في كثير من مقامات الخطاب السياسي والاجتماعي، ولعل المثيرات البصرية والإيحاءات الدلالية المتوافرة في خطاب الصورة أكثر تأثيراً وإثارة من المثيرات الدلالية التي يبرزها الخطاب المقروء أو المسموع، ولا يخفى أن الشفافية وغياب القناع الدلالي في ثقافة الصورة يوفران قطاعاً واسعا من المتلقين على اختلاف مشاربهم الأيدلوجية وانتماءاتهم الطبقية. مما جعل النقد الثقافي يولي الصورة اهتماما بالغا، وخاصة بعد أن تنبّه العالم، مؤخراً، بفعل الارتدادات الانقلابية للصورة، الى "أن الأخيرة كسرت مفهوم الحيادية، بعد أن كانت تمثّل التجلي الأمثل للحقيقة، فقد بات بإمكان الصورة أن تبطن أيديولوجية صانعها. فصنمية الصورة، أنها لا تقول كلّ الحكاية، على حد عبارة "جان بودريار"[(3)] . بمعنى أنها تخفي أكثر مما تظهر، وبإمكان الصورة أيضا أن تكون غير محايدة بالاحتجاب كلياً أو جزئياً. وفي بعدها الإعلامي المباشر، أن الصورة تمارس فن صنع واقع آخر غير الواقع الفعلي، وذلك يشكّل ملكة الرؤية للعين في الكشف عن الحقيقة، فالصورة تصنع حقيقة مضادة أحياناً، بما يحيل إلى خطر آخر.

ويقول "جان بودريار" إن المناخ الثقافي الذي يتمثل في وسائل الإعلام الجماهيرية، والإعلان وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، له دور مباشر في الإنتاج والإدارة الثقافية، وكذلك في التنشئة الاجتماعية، والتربية والتعليم والتبادل الثقافي، والمتعة وقضاء وقت الفراغ أيضا"[4] بمعنى أن بوديار اهتم في كتابه "نظام الأشياء" باكتشاف ودراسة ظواهر عديدة داخل الحياة الاجتماعية المعاصرة، وخاصة ما يتعلق فيها بوسائل الإعلام أو الميديا أو الفن والأزياء، والتكنولوجيا، والتي أصبحت بدورها أشكالا لإنتاج السلع والاستهلاك. فعلى سبيل المثال أصبحت لغة الإعلام ومصطلحاته تدخل بشكل سريع في لغتنا، سواء من الأغاني أو الأفلام

1– الغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 76.

2 – ساردار، زيودين ولون، بورين فان، أقدم لك الدراسات الثقافية، ترجمة: وفاء عبد القادر، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة ،2003، ص163.

3 ياس خضير البياتي، ثقافة الصورة المتلفزة وإشكالية صناعة المضمون، تاريخ2020/11/22، https://thaqafat.com/2015/06/26251

4 حفناوي بعلي، مدخل في نظرية النقد الثقافي المقارن، ط1، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، لبنان،2007، ص275.

أو البرامج أو الإعلانات وغيرها، وكذلك ثقافة الملبس من موضات وأزياء عالمية وغيرها، وأيضا الفكر والأخبار والمصالح القومية والتي تتعدى إلى العالمية.....

رابعا: الثقافة التلفزيونية وخطاب ثقافة الصورة.

ورغم ذلك فإن خطاب ثقافة الصورة لم يصل إلى التصديق الأعمى والجازم وذلك بسبب القدرة على التحليل ومعرفة المونتاج والإخراج في العمل التلفزيوني، وتمكن العامل المنطقي والحسي والنقدي لإبراز الحقيقة، فمن ناحية الأهمية يقول الغذامي: "فقد جاء التلفزيون ليقرر مرحلة جديدة في الثقافة البشرية، لتحل الصورة محل كل الأدوات، وتتفوق على كل الوسائل الأخرى، ولذا تأتي العين لتحل محل الفم وتأخذ دورها كأداة وحيدة فاعلة"[1].

وتؤكد البحوث أيضا على أن الصورة التلفزيونية يمكن أن تجذب الانتباه وتشده بما يعادل خمسة أمثال ما يجذبه الصوت وحده، وهو ما يعطي التلفزيون أهمية مع الاستخدامات الفنية الأخرى للصوت واللون والموسيقى.

وأصبحت الصورة الآن هي المصدر الأول في ثقافة المجتمعات، وخاصة بعد الجائحة، ويصح القول إن ثقافة الصورة هي الثقافة الأكثر شيوعا، وهي المهيمنة على مجمل الإبداعات في المشهد الحضاري المعاصر؛ لأنها باتت تشكل بؤرة نظام وإنتاج وعي الإنسان بما حوله"[2]. ومربط الفرس هنا هو الوعي فتحريك الوعي مع الأمية التي شملت الأمّي والمتعلم بدأت تلوح على أعتاب ثقافة الصورة الإعلامية وخاصة التلفزيونية، ويربط عبدالناصر حنفي الصورة بالوعي فيقول" إن الصورة هي أكبر نموذجا يتم استخدامه لصناعة الوعي، وإذا كان الوعي الذاتي يتشكل عبر الصورة ، فالوعي الجمعي أيضا تصنعه الصورة، وهذا الأمر قد أصبح العنصر الأساسي في سياسات بلورة الوعي الجمعي التي تسعى إليه النظم والإدارات الحاكمة"[3]، والصورة قد أصبحت الآن بلا جدال أداة خطيرة جدا وماكينة هائلة لتحريك الجماعات عبر ما تبثه وسائل الإعلام وتكوين رأي عام عالمي من خلال الانتشار المذهل لها.

هذا من ناحية الأهمية والدور الذي لعبته الثقافة التلفزيونية، ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، أما الواقع الآخر وفقدان المصداقية يقول عبد الله الغذامي: "ومهما كانت الصورة حقيقية وتلقائية إلا أن الدراسات والوقائع تشير بشكل خطير، إلى أن جمهور المشاهدين لم يعد يصدق الصور، ولم يعد يأخذها كما هي، وإنما يتراوح بين تكذيب ساخر وتصديق آخر"[4]. وهذا ما حدث بالفعل اليوم، فقد وقعت الصورة بين حيز التصديق والتكذيب، وهذا ناتج أولا عن التقنية والمونتاج والإمكانيات وتطور التكنولوجيا وإمكانية تكذيب الصورة، وثانيا ناتج عن الكم الهائل من خطاب الصورة المتناقض الذي سعى إلى خلق نوع من

---

[1]– الغذامي عبد الله، الثقافة التلفزيونية، ص: 126.

[2] – كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالية وهذيان العولمة، عالم الكتب الحديثة، الأردن، 2008، ص 92.

[3] عبد الناصر حنفي، ثقافة الصورة، مجلة فصول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، العدد 62 ،القاهرة،2003 ، ص 107.

[4]– الغذامي عبد الله، الثقافة التلفزيونية، ص: 29.

انعدام الثقة وعدم التمييز بين ما هو مزيف أو مدبلج ومركب. لذلك يحاول الإعلام بوجه عام لإعادة هذه الثقة وخاصة مع الجائحة.

ومن ثم فإننا اليوم نعيش مرحلة خطاب الثقافة البصرية، وهي مرحلة لها إطارها ولها منافعها، والدليل على ذلك أننا أثناء عرض أي فكرة أو برنامج أو عمل ما فنجد منا مَن يتأثر ويقتنع ومنا ما يستطيع أن يعرف هذا النسق الثقافي في هذا الخطاب فيكشف ما وراءه، كما أن الإعلام رغم ذلك يسخر من الذي يتأثر ويقتنع بخطابه فيقول الغذامي: "إن الخطاب الإعلامي صاحب الفعل النسقي الثقافي، يصنع خطابا هدفه التأثير والإقناع، ثم يسخر من رجل تأثر واقتنع فالإعلام يدفعك إلى التصديق ولكن لا يريد منك أن تصدق". والدليل أن الصورة التي نستهلكها ليست محايدة ولا موضوعية بالكامل ولم تكن أبدا انعكاسا كليا ومتكاملا للواقع، وتسعى دائما إلى تغيير الواقع، والأكثر من ذلك تحاول إخفاء التغيرات الحاصلة في الواقع."[1]؛ لذا من المستحيل أن تكون الصورة بديلا للواقع، أو الحقيقة، ولا يمكن أيضا أن تكون مطابقة لهما. ورغم ذلك لا يمكن الاستغناء عنها بسبب حضورها المكثف، وغزارتها وأصبحت الخطاب الأكثر شيوعا لدى الجمهور. حيث أثبتت جدارتها مع الجائحة وأنقذت الكثير من المؤسسات الكبرى والقطاعات المختلفة من الانهيار.

خامسا: الأنساق المضمرة وخطاب ثقافة الصورة.

ومن الأنساق المضمرة أيضا الذي يحملها هذا الخطاب هي المشاريع الدلالية التي تنطوي على مقاصد ثقافية وذاتية، فمحمد سالم يظهر لنا ذلك في قوله: "إن التمثلات الأسطورية والطلاسم السينمائية هدفها تقديم الفكر المنجز، والمعرفة المغلقة، بتقنيات الصورة المرئية وحركات الأجهزة الرقمية"[2]، لذلك يظهر لنا صورة الرجل البطل الذي ينشر السلم ويقيم العدل على شكل ثلاث صور.

1. الرجل العلي (السوبرمان) أسطورة الرجل الأمريكي أبيض مخلص
2. الرجل الوطواط (الباتمان) أسطورة الرجل اليهودي المخلص
3. الرجل العنكبوت (السبايدرمان) أسطورة رجل الجنس المخلص[3].

وهذه الصور تكمن وراءها فكرة الإلحاد والخوارق وعدم سيطرة الإله؛ وذلك لاكتساب الرجل الخارق البطل صفات تفوق البشر.

لذلك يشير الغذامي إلى أن الخطاب المصور لم يختلف عن الخطابات الأخرى المكتوبة من حيث الفحولة والطاغية والاستبداد وتحويل الباطل إلى حق، والعكس لأنه يتمثل: عناصر التفعيل الجوهرية في كل

[1] – لوي دي جنيني، فهم السينما، ترجمة جعفر علي، دار الرشيد، بغداد، 1981، ص 15.
[2] – الغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 36.
[3] – محمد سالم سعد الله، ما وراء النص دراسات في النقد المعرفي المعاصر، سلسلة النقد المعرفي 4، عالم الكتب الحديثة، الأردن، ط 1، 2008، ص: 19.

الثقافات، فهي الجنس والعنف والمال، إضافة إلى هيمنة الرأي الواحد، ونفي المعارض، وهذه قيم أزلية، لا تتبدل وإن غيرت وجودها ولغاتها"[1].

بالإضافة إلى أن خطاب ثقافة الصور سبب رئيس في سقوط النخبة الثقافية التقليدية، ورغم ذلك ظلت تخدم الصورة ثقافة الهيمنة، وذلك بتمثيلها لعناصر التفعيل، ويقول الغذامي في ذلك: "لقد سقطت النخبة الثقافية التقليدية، التي تعودنا عليها فكريا واجتماعيا وسياسيا وحلت الصورة محلها، ولكنها ظلت تخدم ثقافة الهيمنة والفحولة وذلك بسبب ميزتها الكبرى في السرعة والتلقائية"[2].

أما عن مدى فحولتها فناتج عن الخوف الأسطوري الدائم من الصورة؛ مما جعلها في تعالي اجتماعي ونفسي، وذلك لتلازمها مع النجومية والاستبداد، حيث يربط الغذامي المديح الذي كان يناله المستبد الطاغي الطامع في المجد الثقافي بالكاميرا التي حلت محل القصيدة، والتي ساعدت في صناعة الطاغية إعلاميا كصدام حسين وغيره، ولذا يقول الغذامي: "إن الواقعية الثقافية تؤكد أن الصورة تقتل وأن سحريتها مدمرة وبمقدار ما تبني تهدم"[3]، وهذا الهدم أصبح ضرورة حتمية في ذهننا لا يمكن الاستغناء عنه من حيث التغير الفوضوي والسريع في كل ما يحيط بنا.

وفرضت الصورة علينا مواكبة هذا التغيير من كلام، وموضة، وملبس، وسلوكيات، وتغيير ذوقي، وفكري، وتصوري...إلخ. أما ما هو أخطر في ثقافة الصورة هو ما يجري لجسد المرأة حيث يجري عبره تقرير النسق الثقافي كله وذلك باعتبارها أداة إشهارية تستخدم لترويج السلع والبضائع، ولهذا عمد خطاب الصورة إلى حصر جسد المرأة في قوانين ثقافية ورسمية من حيث تمثيلها في الخطاب وفي الصورة، ومن حيث سن القوانين عليها وعلى جسدها"[4].

فالبث التلفزيوني اليوم من الأقمار الصناعية عبر القنوات الفضائية وما تحمله من برامج ومعلومات وثقافات وترفيه وصل إلى حد فقدان المعايير الأخلاقية في سياق لجذب أعداد المشتركين إليها، واعتمدت بعض محطاتها في هذا السياق على عرض أفلام الجنس والدعارة"[5].

وفي مواجهة هذه الظاهرة قامت النساء أنفسهن بالوقوف والتصدي لها وهذا ما حدث في إحدى ولايات أمريكا حينما قدمت إحدى جمعيات النساء بشكوى للمحكمة ضد استغلال شركات الإعلان لجسد المرأة وما فيه من إساءة للنساء، لكن رفضت المحكمة الدعوى، وذلك لما فيه في نظرهم حبس للحريات ومخالفة الدستور ومعارضة حق حرية التعبير[6]. بمعنى أن الصورة الإعلانية خرجت من حدود المعنى والثقافة والمنهج المحدد لها إلى صور أخرى متنوعة؛ لأغراض ومصالح باطنة وظاهرة.

---

[1] الغذامي: الثقافة التلفزيونية، ص: 47.

[2]– الغذامي: الثقافة التلفزيونية، ص: 48.

[3]– نفس المرجع: ص: 95.

[4]– الغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 134.

[5]– جمال محمد أبو شنت: الاتصال والإعلام والمجتمع المفاهيم والقضايا النظرية، دار المعرفة الجامعية، مصر 2005، ص: 331.

[6]– الغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 132.

سادساً: الاستبداد السياسي وخطاب ثقافة الصورة:

أما الجانب السياسي فقد كان لخطاب الصورة توجها مهما وملحوظا لم يعد فقط في مرحلة الاستبداد وحليته والتشويش على المواطنين ولا فقط ما يقوم به الحكام المستبدين من تسخيرها من أجل تحقيق غايتهم بل تعدى إلى قلب نظام الحكم وتغيير دول لقوانينها ودساتيرها بل أصبح بشكل مقنع وسيلة للتحكم في الدول، وتحديد مسارها مع من يسير على هواها وذلك بهيمنة ثقافية عالية والنماذج عديدة سواء مع صدام حسين كما أشار الغذامي، أو مع الإدارة الأمريكية في وضع نفسها موضع الدولة التي تدعو إلى السلام أو كما رأينا في ثورات الربيع العربي الذي غير وقلب وحدد مصير دول، وذلك بنفوذ ثقافة الصورة المنطوية على ألاعيب مضللة للجمهور، فوضعت يدها في يد صاحب المصلحة المساند والداعم بدون قلب أو رحمة على وطن ما، وأصبح كل ما يدور حولنا ما هو إلا شعارات كاذبة. وكل ذلك ناتج عن الصفات التي حددها الغذامي للصورة فهي تعمل على:

1. إلغاء السياق الذهني للحدث.
2. السرعة اللحظوية.
3. التلوين التقني.
4. تفعيل النجومية وتحويل الحدث إلى نجومية ملونة.
5. القابلية السريعة للنسيان[1].

وبالإضافة إلى ذلك فقد أصبحت رمزا بلاغيا مليء بالتورية والمجاز فيقول الغذامي: "نحن إذن في زمن ثقافي تتحول فيه الصورة إلى أداة تعبير بلاغية تحمل خصائص البلاغة القديمة بوصفها مجازا كليا فيه تورية حيث تتعدد المعاني وازدواجها وفيه طباق من حيث قيام معنيين متناقضين تلك ملحمة العصر، إذ تكتبها الصورة وتستقبلها العين بعد أن حلت العين محل الحواس الأخرى في فعل الاستقبال وبتداول الخطابات"[2].

وقد أكد كثير من النقاد على أن ثقافة الصورة لا تعكس الواقع في حقيقته، وإنما تخلق واقعاً متخيلاً ومتوهما، لأنها ببساطة تصدر عن إيديولوجية مؤسسات تبغي التحكم والسيطرة على العقول لغايات سياسية واقتصادية؛ لذا يتطلب منّا التعامل مع هذه الثقافة وهذه الصناعة بوعي نقدي من جهة، والعمل على المشاركة في إبداعها من جهة ثانية، وهذه المرة بأفق أخلاقي وإنساني، وتأصيل القيم الثقافية الحضارية القائمة على مبادئ الحق والحقيقة والخير والجمال. وذلك بعد أن فرضت وجودها بشكل ضروري في ظل الجائحة.

وقبل أن أختم كلامي عن ثقافة الصورة سأعرض قول لفريد الزاهي يؤكد لنا أيضا مدى أهمية الصورة وقدرتها على التحول والحجب فيقول: "إن عالم الصور الحالي يحول الكائنات إلى ذريعة، أي بمجرد

---

[1]– الغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 172.

[2]– المرجع نفسه، ص: 92–93.

علامات يتم تأليفها وتوليفها تبعا لمنطق الحجب والكشف وتبعا للعبة كبرى هي الاستمتاع بالصورة والالتذاذ بها في حضورها، بحيث إن كل شيء يخضع لمنطق الحضور، وتتحول الصورة إلى حجاب لواقع تدعي أنها المعبرة الحقيقية عنه"[1].

كما أن الغذامي يختم كتابه بأن الصورة هي عصرية وعلامة تكنولوجية، إذ يقول: "لقد ثبت أن الصورة لا تفارقها إلا صورة تملك الدرجة نفسها من القوة والتعبير والتمثل وإمكانيات التحقق ومصداقيته، والصورة ثقافة وفكر وإنتاج اقتصادي وتكنولوجي والسبب مجرد متعة أو محاكاة فنية، وهي لغة عصرية يشترط فيها تطابق القول مع الفعل وتمثل التكنولوجية بما أن الصورة علامة تكنولوجية ومؤشر إنتاجي ومنطوق مستقبلي"[2].

وخاصة بعد أن أصبح خطاب الصورة هو العلامة الحقيقية التي لجأ إليها العالم مع خطر الحجر الصحي الذي أزعج العالم وأجبر الجميع التعامل مع هذا الخطاب في كل المجالات، لذا وجب أن يأخذ أكبر حيز من الاهتمام والتوجيه، لوضعه على قائمة الضروريات في الوقت الراهن.

خاتمة:

إن خطاب ثقافة الصورة هو الخطاب المعاصر الذي لا تكفيه مثل هذه الدراسة الموجزة، وذلك لتمكنه من الدخول في كل المجالات كالخطاب الديني والأدبي والسياسي والاجتماعي والاقتصادي وغيرهم، وتشبعه إلى أبعد من ذلك ولحضوره القوي في ظل الجائحة، ولمدى التأثير الفعال والفوري والملحوظ على الجمهور، بل وتفحله وجبروته وطغيانه في توصيل ما يريد مما جعل هناك سلبيات تفوق الإيجابيات، مما يحثنا على توجيه العيون والبصيرة إلى مضمرات هذا الخطاب، ورغم أننا وضعنا كتاب الغذامي كمؤشر رئيسي في دارسة خطاب الصورة، فوجدناه لطالما متأثرا تأثيرا قويا بمدى أهمية وجود الحكاية في دراسته التي من خلالها يضع توجهه فهو يضع النتائج دائما أولا ويصر بكل قوة على إثبات وتأكيد صحة هذه النتائج؛ لذلك يتميز الغذامي بالجمع بين التنظير والتطبيق وقوة الترابط بينهما، كما أنه تعامل في كتابه من خلال الأنساق الثقافية، والدراسات الثقافية، والنقد الثقافي وعمد إلى تواجد عناصر النظرية أو مشروع النقد الثقافي في كتابه "الثقافة التلفزيونية" ليربط ببراعة الأحكام بين النظرية والتطبيقية. بمعنى أن النقد الثقافي سيجعلنا نتحكم في خطاب العصر الذي يشمل الصورة، والفيسبوك، والإشهار، والتليفزيون، والمسرح، والانترنت، وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي. أي سيضع أيدينا على سحر الصورة وما تضمره في اللاوعي، بالإضافة إلى الأنساق المهيمنة والفحولة الطاغية التي أصبحت تُشكل خطر ليس على الفرد فحسب بل على أمن واستقرار مجتمعات ودول.

---

[1]– فريد الزاهي، فتنة الصورة وسلطتها، موقع وزارة الثقافة المغربية 2010/1/11.

[2]– الغذامي، الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 2016.

أهم الاستنتاجات:

- ✓ يعتبر جميس الكيز"**James Elkins**" من رواد هذا المجال، حيث استخدم المصطلح للمرة الأولى عام 1972. أما في العصر الحديث، فقد حذر البعض من هيمنة الصورة على ثقافة الإنسان، والتي تحل محل ثقافة الكلمة. فإذا كانت الثقافة –كما عرفها إدوار هريو –بأنها: "ما يبقى للإنسان عندما ينسى كل شيء" فإن الصورة تتصف بقدرة عالية على الدخول إلى ذاكرة الفرد والاستقرار فيها "الذاكرة البصرية والذاكرة طويلة المدى".
- ✓ إن الجائحة رفعت الستار بشكل واضح وعلني على خطاب ثقافة الصورة وتوجهاته التي شملت شتى المجالات.
- ✓ إن الصورة نسق سيميائي دال يتضافر أو يتفاعل فيه ما هو لغوي بما هو غير لغوي.
- ✓ لقد كان "ميشيل فوكو" و"لاكان" شديدين الافتتان بالقضايا البصرية، وذلك لسرعة وصولها إلى الذهن مباشرة، كما نقد فوكو سطوة الهيمنة البصرية.
- ✓ تخدم ثقافة الصورة حضارة السوق والقوى الرأسمالية العملاقة، وتشكل تحديات كبرى ومؤثرات سلبية على اقتصاديات الدول المعتمدة على استيراد السلع المنتجة في الدول المتقدمة.
- ✓ إن ثقافة الصورة لا تعكس الواقع في حقيقته، وإنما تخلق واقعاً متخيلاً ومتوهما، لأنها ببساطة تصدر عن إيديولوجية مؤسسات تبغي التحكم والسيطرة على العقول لغايات سياسية واقتصادية.
- ✓ وتهدف ثقافة الصورة إلى إثارة غرائز الجمهور والترويج للسلع ودفع الأفراد للتسوق وترسيخ ثقافة الاستهلاك، وخلق تطلعات الترفيه عن طريق الصور التي تجعل السلع المعلن عنها مرغوبا فيها ومقنعة وميسرة، ويمكن الحصول عليها بطرق ملائمة لمعظم قطاعات المجتمع حتى لو أدى ذلك إلى تدهور أحوالهم المعيشية أو فقدانهم لتراثهم الثقافي أو خفض قدراتهم البشرية.
- ✓ لقد أصبحت الصورة وسيلة لاجتياح الوعي بصورة مباغتة، والتلفزيون يمثل غرفة عمليات مشتركة تجمع بين الصورة والكلمة والصوت، علاوة على ذلك فهو الوسيلة الوحيدة التي تأتي إليك، ولم يخفف الأنترنت من سطوة الحضور اليومي للتلفزيون الذي بات رفيقا دائما، بخلاف العلاقة مع باقي الوسائل مازالت مؤقتة ومحدودة، ولذلك فإن التلفزيون كوعاء لصورة متحركة يعد سلاح حرب الاتصال الفاعل والمشاهدون أسرى في معسكره إلى الآن.
- ✓ أصبح خطاب ثقافة الصورة هو الخطاب المهيمن، من حيث المستهلك، سواء كان مثقف أو غيره، وقد سحب البساط من تحت ثقافة الكلمة.
- ✓ أصبحت ثقافة الصورة من الضروريات التي أُجبر عليها العالم، خاصة مع الحجر الصحي في ظل الجائحة الراهنة من كوفيد 19.

الهوامش:

أولا: المصادر والمراجع العربية والمترجمة:

- ✓ جمال محمد أبو شنت: الاتصال والإعلام والمجتمع المفاهيم والقضايا النظرية، دار المعرفة الجامعية، مصر 2005.
- ✓ حفناوي بعلي، مدخل في نظرية النقد الثقافي المقارن، ط1، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، لبنان، 2007.
- ✓ حفناوي بعلي، مدخل في نظرية النقد الثقافي المقارن، ط1، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، لبنان،2007.
- ✓ ساردار، زيودين ولون، بورين فان، أقدم لك الدراسات الثقافية، ترجمة: وفاء عبد القادر، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، 2003،
- ✓ سعيد بنكراد: سيميائيات الصورة الإشهارية، إفريقيا الشرق، المغرب، د. ط، 2006.
- ✓ عبد الإله بلقزيز، النظام الإعلامي السمعي–البصري العربي والاختراق الثقافي، كتاب إشكالية العلاقة الثقافية مع الغرب، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1997.
- ✓ العياضي نصر الدين، الصورة في وسائل الإعلام العربية: بين البصر والبصيرة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 1، القاهرة،2006.
- ✓ الغذامي عبد الله: الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط.1، 2004.
- ✓ كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالية وهذيان العولمة، عالم الكتب الحديثة، الأردن، 2008.
- ✓ لوي دي جنيني، فهم السينما، ترجمة جعفر علي، دار الرشيد، بغداد،1981.
- ✓ محمد سالم سعد الله، ما وراء النص دراسات في النقد المعرفي المعاصر، سلسلة النقد المعرفي 4، عالم الكتب الحديثة، الأردن، ط 1، 2008.

المراجع الأجنبية:

- ✓ Maurice Mourire, in comment : Vivreavec I,mage (ouv. collectiF) . P: 277
- ✓ Gean- Gacques, Wunebur ger, bhilosophine, desimages, puf,1997,p.9.
- ✓ Ward ET AL Lydia, Eating out: social Differentiation, consumption and pleasure, Cambridg university press, London, 2000, p49.
- ✓ Jean Baudrillard, Against Banality, WilliamPawlett, Routledge, London and New York, 2007, p24.

الدّوريات:

- ✓ عز الدين نجيب، ندوة مجلة فصول عن ثقافة الصورة، مجلة فصول، عدد62، سنة 2003.
- ✓ العياضي نصر الدين، الصورة في وسائل الإعلام العربية: بين البصر والبصيرة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 1، القاهرة،2006.
- ✓ الجابري محمد عابد، العرب والعولمة، مجلة المستقبل العربي، العدد 2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1998.

✓ عبد الناصر حنفي، ثقافة الصورة، مجلة فصول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، العدد 62، القاهرة، 2003.

الرّوابط الالكترونيّة:

✓ ياس خضير البياتي، ثقافة الصورة المتلفزة وإشكالية صناعة المضمون، تاريخ 2020/11/22، https://thaqafat.com/2015/06/26251

✓ فريد الزاهي، فتنة الصورة وسلطتها، موقع وزارة الثقافة المغربية 2021/1/11.
https://www.minculture.gov.ma/?p=3197#.X_12NFW6bIU

✓ موقع أخبار، بتاريخ 2021/2/13، https://www.dw.com/ar

نماذج العلاقات العامة بين التأطير والتوظيف: دراسة نظرية تحليلية نقدية

Models of Public Relations between Framing and Recruitment: A Theoretical, Analytical, and Critical Study

د. سليمان رابح الشريف صالح

قسم العلاقات العامة-كلية الإعلام – جامعة بنغازي – ليبيا

الملخص

يهدف هذا البحث إلى تقديم فهماً معمقاً حول نماذج جرونج وهنت الأربعة للعلاقات العامة **Grunig & Hunt' Four Models of Public Relations** باعتبارها أول إطاراً نظرياً قُدم في حقل العلاقات العامة، ليس فقط من حيث عرضها كما قدمها منظريها، ولكن أيضاً من حيث استخداماتها الواسعة التي حظيت بها طيلة قرابة أربعة عقود، فضلاً عن الانتقادات التي وجهت لها من العديد من علماء العلاقات العامة في الآونة الأخيرة.

اعْتُمد على المنهج النوعي لوصف وتحليل الظاهرة قيد الدراسة من خلال توظيف المنهج المقارن لإيجاد أوجه التشابه والاختلاف بين المؤسسات المختلفة من حيث توظيفها لنماذج العلاقات العامة. كشفت نتائج هذا البحث أن نماذج جرونج وهنت الأربعة لعبت دوراً مهماً وفاعلاً في تأطير وتطوير مهنة العلاقات العامة وتقديم التفسيرات لها، لكن نتيجةً للتطورات التي يشهدها الوقت الراهن على جميع الأصعدة لاسيما التكنولوجي منها، لم يعد ممكناً قبول هذه النماذج كما قدمها منظريها بداية ثمانينيات القرن الماضي، فضلاً عن الدعوة إلى دارسة نماذج العلاقات العامة في ظل أبعادها المختلفة.

المصطلحات الرئيسية: نماذج جرونج وهنت الأربعة للعلاقات العامة.

Abstract:

This paper aims to provide an in-depth understanding of "Grunig & Hunt's four models of public relations(PR)", as the first theoretical framework was presented in the field of PR. Not only in terms of its presentation as was presented by its theorists, but also with regard to its wide applications for nearly four decades, as well as the criticisms that have been directed at it by many of PR scholars in the recent years.

For the purpose of this research, the qualitative approach was used to describe and analyze the phenomenon under investigation by applying the comparative approach to find out similarities and differences between various institutions in terms of their employing to the PR models. The results of this research revealed that Grunge and Hunt's four models have played an important and effective role in framing and developing the profession of PR and providing explanations for it. However, as a result of the developments that our contemporary world is witnessing at all levels, especially the technological ones, it is no longer possible to depends on these models as presented by their theorists at the beginning of the eighties of the last century. Furthermore, this paper calls for studying PR models in light of their various dimensions.

Keywords: Grunig & Hunt's Four Models of Public Relations

أولاً: الإطار المنهجي للبحث

1.المقدمة

يشهد العالم اليوم تغيرات وتطورات بوتيرة متسارعة في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، لاسيما في مجال تكنولوجيا وسائل الاتصال، كل ذلك يؤدي دورًا فاعلًا ومهماً في الحاجة إلى زيادة آلية التفاعل بين المؤسسات بعضها البعض وبين المؤسسات وجماهيرها المختلفة. ففي ظل الوسائل الحديثة للإعلام أو ما يعرف بأدوات الإعلام الجديد المتمثلة في الفيس بوك والتويتر والانستجرام واليوتيوب وغيرها، التي من جهة مارست الضغط على الدول والحكومات في خلق قنوات تواصل فاعله مع جماهيرها، والتي قربت المسافات بين الناس من جهة أخري، فلم يعد عامل الزمان والمكان حاجزاً في التواصل والتفاعل في زمن الإعلام الجديد. وفي هذا الصدد يقول موتسفايرو **Mutsvairo**[1] ، في زمن الثورة الرقمية التي يشهدها العالم اليوم، لا توجد حدود جغرافية معروفة بين دول العالم وشعوبها. كما يشير صالح **Saleh**[2]، في العالم المعاصر تسعى المؤسسات الحكومية وغير الحكومية جاهدةً إلى خلق قنوات اتصال فاعلة تساعدها علي بناء وتعزيز الثقة بينها وبين جماهيرها. وتعد العلاقات العامة باعتبارها إحدى وظائف الإدارة أداة مهمة تساعد المؤسسات باختلاف نشاطها على التواصل مع المؤسسات الأخرى، فضلاً عن جماهيرها المستهدفة. وعطفاً على ما تقدم، إشكالية البحث تنطلق من مبدأ أن مساعي بناء العلاقات وتعزيز الثقة بين المؤسسات يتطلب نهجاً علمياً وإطاراً نظرياً لقياس فاعلية تلك العلاقات من عدمها. والجدير بالذكر، تعد مسألة وضع أُطر نظرية في مجال العلوم الاجتماعية أمراً مهماً وبالغ التعقيد في الوقت ذاته. وذلك لأهمية الإطار النظري في تقديم وصف وتفسيرات حول ظواهر بعينها مما يعمق من فهمها. إذ يمكن القول إن علم العلاقات العامة لازال علماً حديثاً إذا ما قورن بغيره من العلوم الاجتماعية الأخرى، مما يستوجب وضع الأُطر التي تساعد في فهم وتفسير هذه المهنة، تعد نماذج العلاقات العامة التي قدمها جرونج وهنت في ثمانينيات القرن الماضي أول إطاراً نظرياً. وإن حظيت هذه النماذج باستخدامات واسعة في المجتمعات الغربية، إلا إن هذا الاهتمام لم تحظ به في الدول العربية وهناك نُدره في الدراسات التي تناولت هذه النماذج بالنقد والتمحيص. هذا ما دفع الباحث إلى دراستها من حيث استخداماتها وآلية توظيفها في المؤسسات الغربية والعربية، من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

2.تساؤلات البحث

أ. التساؤل الرئيسي الذي يسعى البحث الإجابة عليه هو:

---

[1] . Mutsvairo, B. (2016). Dovetailing Desires for Democracy with New ICTs' Potentiality as Platform for Activism. In Mutsvairo, B. (ed) *Digital Activism in the Social Media Era: Critical Reflections on Emerging Trends in sub-Saharan Africa.* London: Palgrave Macmillan. PP 3-23.

[2]. Saleh, S. (2018). The Role of Public Relations and Public Diplomacy in Building Libyan Relationships with Italy in the Gaddafi and Post- Gaddafi Era. (PhD Dissertation). Northumbria University Newcastle.

إلى أي مدى أسهمت نماذج جرونج وهنت الأربعة باعتبارها أول إطاراً نظرياً في مجال العلاقات العامة في تطوير مهنة العلاقات العامة من الناحيتين النظرية والتطبيقية.

ب. وتنبثق عنه التساؤلات الفرعية التالية:

- كيف وظفت نماذج جرونج وهنت بالدول المتقدمة والنامية، فضلاً عن الدول العربية.
- ما أهم الانتقادات التي وجهت لهذه النماذج.
- هل لازال ممكناً الاعتماد على هذه النماذج في ظل التغيرات التكنولوجية الراهنة.

3.منهج البحث

يندرج هذا البحث من ضمن الدراسات النوعية، التي تتجلي فاعليتها في تقديم وصف دقيق للظاهرة قيد التحقيق من خلال تتبعها لمعرفة تفاصيلها ذلك من خلال استقراء الأدبيات السابقة. كما تم الاعتماد علي المنهج المقارن، وذلك من خلال المقارنة بين الاستخدامات المختلفة لنماذج العلاقات العامة في الدول المتقدمة والنامية والعربية من أجل إيجاد نقاط الالتقاء والاختلاف بين هذه المجتمعات من حيث توظيفها لتلك النماذج.

4.أهمية البحث

تنبع أهمية هذا البحث من كونه من البحوث القليلة في العالم العربي التي تناولت نماذج العلاقات العامة كما قدمها جرونج وهنت من حيث توظيفها فضلاً عن الانتقادات التي وجهت لها. على الرغم من حقيقة أن هذه النماذج هي أول إطاراً نظرياً في مجال العلاقات العامة إلا أنها لم تنل التطبيق الواسع في المؤسسات العربية، مما يستوجب دراستها والاهتمام بها مما يعزز من إجراء المزيد من البحوث العلمية حول هذا الموضوع بغية إثراء المكتبات العربية.

5.أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى:

- إبراز أهمية نماذج العلاقات العامة الأربعة باعتبارها أول إطاراً نظرياً في مجال العلاقات العامة.
- معرفة الكيفية التي وظفت بها بالمجتمعات المختلفة.
- التعرف على أهم الانتقادات التي وجهت لها.
- معرفة مدى إمكانية الاعتماد عليها في فهم مهنة العلاقات العامة في ظل التطورات التكنولوجية التي يشهدها العالم.

ثانياً: الإطار النظري للبحث

1.نماذج العلاقات العامة Grunig and Hunt's Four Models of PR

مع بدايات ثمانينات القرن الماضي قدم جرونج وهنت أربعة نماذج للعلاقات العامة (الأنموذج الأول هو الوكالة الصحفية أو النشر **Press agentry/publicity model**، والثاني أنموذج المعلومات العامة **Public information model**، أما الثالث فهو أنموذج ثنائي الاتجاه غير المتوازن **Two-way asymmetric**

model، والأنموذج الرابع والأخير هو أنموذج ثنائي الاتجاه المتوازن(**Two-way symmetric model**)، والتي تعد من أشهر النماذج في ميدان العلاقات العامة. منذ ذلك الحين طُبقت هذه النماذج على نطاق واسع من قبل مختلف العلماء والمتخصصين والباحثين. ووظفت في العديد من المؤسسات العامة والخاصة في الدول المتقدمة والنامية، فضلاً عن الدول العربية من أجل معرفة الكيفية التي تمارس بها العلاقات العامة بتلك المؤسسات (كدراسة: ليرا **Lyra** ، **1991**; كريدون **Creedon** ، **1993** ; عبدالحي **Abdelhay** ، **2014**). ويشير صالح Saleh[1] ، إلى أن نماذج العلاقات العامة التي قدمها جرونج وهنت **Grunig & Hunt**[2]، هي واحدة من الأطر النظرية الرئيسية التي تم تطبيقها والتأكيد على فاعليتها وصلاحيتها من حيث الممارسة والتطبيق في العديد من البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء. ويؤكد عبدالحي **Abdelhay**[3]، على إن النماذج الأربعة للعلاقات العامة تعد واحدة من أهم الأطر النظرية التي ساهمت في تطوير العلاقات العامة حتى يومنا هذا. وفي السياق ذاته يرى ماكي Mackey[4]، إنه ومن خلال توظيف هذه النماذج بالمؤسسات بصرف النظر عن نوع نشاطها، فقد ثُبت أنها قد لعبت دورًا مهمًا من حيث وصف وممارسة العلاقات العامة من أجل بناء علاقة متبادلة بين المؤسسات وجماهيرها، وكذلك المؤسسات بعضها البعض. ويضيف دياب[5]، إن الكثير من الباحثين والممارسين للعلاقات العامة قد اعتمدوا على نماذج ونظريات من العلوم الأخرى كالاتصال والاجتماع وعلم النفس في صياغة فروض دراساتهم، إلى أن قدم جرونج وهنت نماذج العلاقات العامة، التي تعد أول أساس نظري في ميدان العلاقات العامة.

تقدم هذه النماذج أنماطاً مختلفة من الاتصالات التي تجريها المؤسسات مع مختلف جماهيرها. وتصنف هذه النماذج تحت نوعين من الاتصالات، الأول: اتصال أحادي الاتجاه، ويشمل أنموذج الوكالة الصحفية أو النشر وأنموذج المعلومات العامة، وعادة ما تكون المعلومات وفقاً لهاذين الأنموذجين ترسل من المرسل سواء كان شخص أو مؤسسة إلى جماهير مختلفة كما هو موضح بالشكل (1). أما الثاني: فهو اتصال في اتجاهين، ويشمل أنموذجي الاتصال في اتجاهين المتوازن وغير المتوازن. الجدير بالذكر إن أنموذج الاتصال في اتجاهين غير المتوازن يسعي إلى التأثير في الجماهير المستهدفة وتغيير اتجاهاتها، بينما أنموذج الاتصال في اتجاهين المتوازن يهدف إلى خلق علاقة متوازنة بين المؤسسات وجماهيرها كما بالشكل (2). وفيما يلي توضيح لمضامين هذه النماذج الأربعة:

---

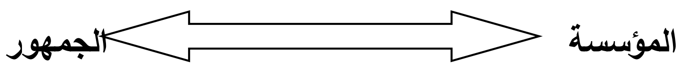
[1]. Saleh, S. (2018). Ibid.

[2]. Grunig, E. & Hunt, T. (1984). Managing Public Relations. New York; London, Holt, Rinehart and Winston

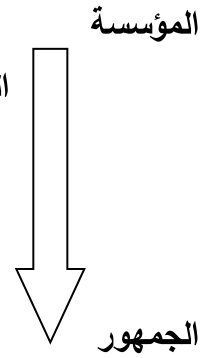
[3]. Abdelhay, N. (2014). Public Relations Practice in the Kingdom of Saudi Arabia and the United Arab Emirates: Western Theory, Local Culture, (PhD Dissertation). University of West London.

[4]. Mackey, S. (2003). Changing Vistas in Public Relations Theory. Available at: http://www.prismjournal.org/fileadmin/Praxis/Files/Journal_Files/issue1/refereed_articles_paper3.pdf (Accessed: 16/03/2016).

[5]. دياب، وليد (2010) دور العلاقات العامة في القطاع الدبلوماسي: دراسة تطبيقية على مكاتب السفارات العربية والأجنبية في مصر (أطروحة دكتوراه). جامعة قنا.



شكل (2) أنموذج ثنائي الاتجاه



شكل (1) أنموذج أحادي الاتجاه

1.1. أنموذج الوكالة الصحفية أو النشر: Press Agentry/Publicity Model

ظهر أنموذج الوكالة الصحفية أو النشر في أواخر القرن التاسع عشر، حيث يعد من أقدم النماذج التي عرفت في مجال ممارسة العلاقات العامة، وينصب التركيز الرئيسي لهذا الأنموذج على الدعاية ونشر المعلومات من قبل المسؤولين بالعلاقات العامة. بمعنى آخر، صُمم هذا الأنموذج على أنه أحادي الاتجاه من المرسل إلى المتلقي، أي من المؤسسة إلى الجماهير باختلاف توجهاتهم. يقول صالح Saleh[1]، إن المؤسسات تطبق هذا النمط من الاتصال بهدف التأثير على الجماهير وكذلك إقناعهم بسياسة المؤسسة. وإن البيانات والمعلومات التي ترسلها المؤسسة هي في الواقع تصب في مصلحة المؤسسة لا جماهيرها. ويري عبدالحي **Abdelhay** [2]، إن الجهود المبذولة من المؤسسات هي جهود مقصودة لجذب انتباه الرأي العام، وليست بالضرورة أن تكون الجماهير محدده سلفاً من قبل تلك المؤسسات. أي غاية المؤسسات هو التأثير والإقناع في الجمهور بغية تحقيق أهدافها.

يستخدم ممارسي الوكالة الصحفية أو النشر وسائل الإعلام المختلفة كوسيلة لتحقيق أهدافهم، فضلاً عن أهداف المؤسسات التي يمثلونها. في هذا الصدد، يقول عبدالحي **Abdelhay**[3]، إن مهمة مستخدمي هذا النمط الاتصالي هي مراقبة ما نشروه عبر وسائل الإعلام حول عملائهم، في الوقت الذي لا يولون أهمية إلى مصداقية المعلومات من عدمها. علاوة على ذلك، عادة ما تكون المعلومات التي تقدمها المؤسسات غير كاملة أو مشوهة أو غير صحيحة تمامًا، وهدف المؤسسة وفقاً لهذا الأنموذج هو السيطرة على الجمهور والبيئة التي تعمل بها[4]. غاية ممارسي العلاقات العامة من تطبيق هذا الأنموذج هي تحقيق أهداف مؤسساتهم بكل السبل الممكنة. ويضيف دياب[5]، إن ممارسة العلاقات العامة وفقاً لهذا الأنموذج تعد غير أخلاقية نظراً لاعتمادها على أساليب التحايل على الجماهير بهدف التأثير عليه وأقناعه بسياسة المؤسسة.

1. Saleh, S. (2018). Ibid.
2. Abdelhay, N. (2014). Ibid.
3. Ibid.
4. Grunig, E. & Hunt, T. (1984). Ibid.
5. دياب، وليد (2010) ، مرجع سابق.

ويرى شو **Show**[1]، إن المؤسسات سواء كانت حكومية أو غير حكومية عادة ما تلجأ إلى استخدام هذا الأسلوب من الاتصال أحادي الاتجاه، خاصة عند إثبات حاله معينه أو توضيح وجهة نظر المؤسسة حيال قضية ما. على سبيل المثال، بعد الهجوم الإرهابي في 11 سبتمبر 2001 على الولايات المتحدة الأمريكية، أشار جورج دبليو بوش **George W. Bush** رئيس الولايات المتحدة في ذلك الوقت إلى أن هناك سوء تفسير وفهم حيال الأنشطة التي تقوم بها إدارته، نظراً لقلة المعلومات، وأضاف قائلاً، كان على الولايات المتحدة الأمريكية أن تقوم بعمل أفضل في إثبات قضيتها فيما يتعلق بعلاقاتها مع شعوبها فضلاً عن شعوب الدول الأخرى[2].

2.1. أنموذج المعلومات العامة: Public Information Model

يصنف أنموذج المعلومات العامة من ضمن نماذج أحادية الاتجاه، ويمكن القول إن هذا الأنموذج مشابه إلى حد كبير لأنموذج الوكالة الصحفية أو النشر، لأن كلا الأنموذجين لا يوليان اهتماماً كافياً لاستجابات الجمهور، وعادة ما تسير المعلومات والبيانات الصادرة من المؤسسات في اتجاه واحد أي من المؤسسة إلى مختلف الجماهير وذلك من اجل إبلاغهم بسياسات المؤسسة بهدف جذب انتباههم ومن ثم إقناعهم. فهذا النهج الاتصالي في العلاقات العامة لا يسعى لمشاركة الجمهور فضلاً عن كونه لا يتوقع أي ردود فعل من قبلهم حيال ما تم نشره لأن المحتوى الاتصالي موجه من اعلي إلى أسفل أي من المؤسسة إلى الجمهور سواء كان هذا الجمهور داخلي أو خارجي.

كما وضح جرونج وهنت **Grunig & Hunt**[3]، فإن ممارسي هذا النهج في حقل العلاقات العامة يقومون بنشر المعلومات الخاصة بالمؤسسات التي يمثلونها من أجل التأثير في الجمهور. ويشير يون Yun[4]، إلى أن الدور الرئيسي لممارسي العلاقات العامة هو سعيهم الدءوب من أجل تزويد الجمهور بمعلومات مواتيه للمؤسسة، أي أن ما ينشر من بيانات ومعلومات هي في الواقع تصب في مصلحة المؤسسة لا مصلحة الجماهير. وفقاً لأنموذج المعلومات العامة فإن ممارسي العلاقات العامة يمكن وصفهم بالصحفيين المقيمين **"Journalists-in-Residence"** الذين تقتصر مهمتهم على تحسين صورة المؤسسة التي يعملون بها[5]. كما يقول صالح[6]، في هذا الأنموذج تُستخدم وسائل الإعلام، مثل الصحافة والبيانات الإخبارية والرسائل الإخبارية والبريد المباشر وما إلى ذلك، لنشر المعلومات إلى الجماهير المختلفة. في سياق متصل، يمكن القول إن الأبحاث التي يجريها ممارسي العلاقات العامة حول مؤسساتهم تقتصر عادةً على متابعة التقارير

---

1. Show, N. (2009). Rethinking Public Diplomacy. In Show, N & Taylor, M (eds), Routledge Handbook of Public Diplomacy, pp.3-11. New York, NY: Routledge.
2. Tam, L. (2015). Strategic public diplomacy: Cultivating Relationships with Foreign Publics and Measuring Relationship Outcomes Using the Relationship Assessment of Diplomatic Interaction Outcome (RADIO) scale, (PhD dissertation). Purdue University.
3. Grunig, E. & Hunt, T. (1984). Ibid.
4. Yun, S.(2005). Toward Theory Building for Comparative Public Diplomacy from the Perspectives of Public Relations and International Relations: A Macro-Comparative Study of Embassies in Washington, DC, (PhD dissertation).University of Maryland.
5. Saleh, S. (2018). Ibid.
6. Ibid

المنشورة حول المؤسسة. حيث تشير شيبة[1]، إلى أن الأبحاث التي يجريها الممارسين في هذا النهج تؤدي دوراّ محورياً في تحديد اتجاهات وأراء الجماهير ومدي التفاعل القائم بين المؤسسات وجماهيرها، فضلاً عن الدور الذي تقوم به الأبحاث في معرفة فاعلية إدارة العلاقات العامة وممارسيها في خلق أراء موالية للمؤسسة وتكوين صورة حسنة لها في أذهان تلك الجماهير. ومن وجهة نظر شيبة فإن الممارسين الذين يتم توظيفهم بالمؤسسات تقع على عاتقهم مهمة خلق صوره طيبة للمؤسسة في أذهان الجماهير التي تتعامل معها، وذلك من خلال المعلومات المنتقاة بعناية لهم.

يعد ايفي لي Ivy Lee مؤسس العلاقات العامة واحد روادها، إذ يرى إن المعلومات يجب أن ترسل إلى الجمهور، سواء كان داخلي أو خارجي، لإعلامهم بما يحدث في المؤسسة، وذكر أيضاً أن نقص المعلومات عن المؤسسة يؤدي في نهاية المطاف إلى خلق سوء فهم بينها وبين وجماهيرها. وبناءً على هذا الافتراض، تم صياغة أنموذج المعلومات العامة من قبل جرونج وهنت. بالرغم من إن أنموذج المعلومات العامة قد استخدم مع مطلع عشرينيات القرن الماضي، إلا أنه تم تطويره ومن ثم حظي بتطبيق على نطاق واسع من العديد من المؤسسات والحكومات، فمع مطلع القرن العشرين قامت العديد من المؤسسات بتوظيف متخصصين في العلاقات العامة من أجل نشر معلومات عنها إلى مختلف الجماهير[2]. في هذا الصدد، يقول جرونج وزملاءه[3]، نظراً لأهمية الجماهير في التأثير على المؤسسات التي قد تلزمها لتغيير نهج سياستها، قامت الكثير من المؤسسات الحكومية وغير الحكومية الربحية منها وغير الربحية إلى تطبيق هذا النهج واستخدامه على نطاق واسع.

3.1. أنموذج ثنائي الاتجاه غير المتوازن Two-way Asymmetric Model

مع نهايات العشرينيات وبداية الثلاثينات من القرن الماضي بدء أنموذج ثنائي الاتجاه غير المتوازن في الظهور[4]. بخلاف النماذج أُحادية الاتجاه، المتمثلة في أنموذج الوكالة الصحفية أو النشر وأنموذج المعلومات العامة، فإن أنموذج ثنائي الاتجاه غير المتوازن أو غير المتماثل يسعي إلى معرفة ردود الفعل من الجماهير. فالمؤسسات ومن خلال ردود الفعل التي تصلها تقوم برسم سياستها بطريقة تكون أكثر قبولاً لدى الجماهير التي ترغب الوصول إليها بغية تحقق أهدافها المرجوة. يمكن القول إن فلسفة هذا النهج من الاتصال تقوم على أن الأدوار يمكن تبادلها بين المؤسسة وجماهيرها، أي أن المحتوي الاتصالي يأخذ اتجاهين من المؤسسة إلى الجمهور والعكس بالعكس. يرى صالح Saleh[5]، إن ما تسعي إليه إدارة العلاقات العامة من خلال هذا النمط الاتصالي هو تغيير سلوك الجماهير التي تتعامل مع المؤسسة في فترة زمنية

[1]شيبة، شدوان (2009) العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ط 1، درا المعرفة الجامعية: الإسكندرية.
[2].Saleh, S. (2018). Ibid.
[3]. Grunig, L. Grunig, J. & Dozier, D. (2002). Models of Public Relations. In. Grunig, L. Grunig, E.& Dozier, D (eds),Excellent Public relations and Effective Organisations: A Study of Communication Management in Three Countries. Mahwah: New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, pp.306-38.
[4]. Abdelhay, N. (2014). Ibid
[5].Saleh, S. (2018). Ibid.

قصيرة، وفي ذات السياق، يقول دياب[1]، إن العديد من المؤسسات ووكالات العلاقات العامة تمارس هذا الأسلوب الاتصالي مع جماهيرها، لاسيما المؤسسات الإنتاجية التي تسعى إدارات العلاقات العامة بها إلى تغيير مواقف الجماهير وسلوكها في أقصر وقت ممكن لتحقيق أهدافها التي ترغب بها. كما يذكر جرونج وآخرون **Grunig et al.**[2]،إن الغاية من الرسائل والبيانات التي ترسلها المؤسسات هي إحداث التأثير في الجمهور ومن ثم تغيير اتجاهاته وآراءه والتصرف كما ترغب المؤسسة دون أن تغير المؤسسة في مواقفها وسياساتها. ويشير مصطلح غير المتوازن **asymmetric** الذي صاغه جرونج وهنت إلى معرفة تأثير الاتصال على الجمهور من خلال ردود أفعالهم، أي أن ما تسعى إليه المؤسسات هو التأثير في سلوك الجمهور المستهدف. على سبيل المثال، في الحملات الانتخابية عادة ما يقوم المرشحين باستخدام هذا الأسلوب الاتصالي من أجل التواصل مع جماهيرهم المستهدفة للتعرف على اتجاهاتهم وقناعاتهم من جهة، والتأثير عليهم من أجل إقناعهم للتصويت لهم من جهة أخرى.

الجدير بالذكر، إن أنموذج ثنائي الاتجاه غير المتوازن يعرف باسم نهج الإقناع العلمي" **Scientific Persuasion Approach**" حيث يقوم المتخصصون في إدارة العلاقات العامة باستخدام الأساليب العلمية في البحث والتحليل لمعرفة توجهات الجماهير المستهدفة من أجل التأثير عليهم وإقناعهم بسياسة المؤسسة وأهدافها[3]. فعادةً ما يقوم الممارسون لهذا النمط الاتصالي باستطلاعات الرأي وكذلك مقابلات مجموعات التركيز لتحديد الجماهير المستهدفة، وذلك من أجل اقتراح الطرق الفاعلة التي على المؤسسات إتباعها للتأثير على تلك الجماهير ومن ثم كسب ودهم وولائهم للمؤسسة. ويضيف صالح[4] قائلاً، إن أنموذج الاتصال ثنائي الاتجاه غير المتوازن يمكن أن يكون فعالاً ومؤثراً في خدمة المصالح العامة، وذلك لإمكانية استخداماته للحفاظ على مكانة الإفراد والجماعات داخل المجتمع، فضلاً عن دوره في الدفاع عن وجهات نظر الجماهير المختلفة، لاسيما الجمهور الداخلي، ومن ثم إبلاغ المؤسسة بما يمكن أن يتم قبوله من الجمهور من عدمه. في سياق متصل يؤكد جرونج وزملاءه أنه ومن خلال استخدام هذا الأنموذج من الاتصال يقوم الممارسون بإجراء البحوث العلمية فضلاً عن فتح باب الحوار والتفاوض مع جماهيرهم، لتحديد الكيفية المناسبة لإقناع الجمهور للتصرف بالطريقة التي ترغبها المؤسسة من أجل تغيير مواقفهم وسلوكياتهم اتجاهها [5].

تأسيساً على ما تقدم ونتيجة للممارسات الخاطئة التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات المختلفة بتوظيفها أنموذج الاتصال ثنائي الاتجاه غير المتوازن الذي ينصب فيه الاهتمام الرئيسي على مصلحة

---

[1]. دياب، وليد (2010)، مرجع سابق.

[2]. Grunig, L. Grunig, J. & Dozier, D. (2002). Ibid.

[3]. Saleh, S. (2018). P, 79, Ibid.

[4]. Ibid

[5]. Grunig, L. Grunig, J. & Dozier, D. (2002). Ibid.

المؤسسة أولاً دون النظر إلى مصلحة الجماهير التي تتعامل معها، يلاحظ أن هذا النهج الاتصالي غير أخلاقي ولا يراعي المسؤولية الاجتماعية في تعامله مع الجمهور. في هذا الصدد يقول بوتان **Botan** إن هذه الممارسات الخاطئة من قبل المختصين في إدارة العلاقات العامة تؤثر على سمعة المؤسسة وتتنافي مع مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية كدعائم رئيسية تقوم عليها العلاقات العامة في أنشطتها وبرامجها[1]. كما تضيف شيبة[2]، إن المؤسسات التي تعتمد على هذا الأسلوب الاتصالي في تعاملها مع الجمهور تتسم ممارستها بعدم التوازن.

4.1. أنموذج ثنائي الاتجاه المتوازن Two-way Symmetric Model

تسعي إدارة العلاقات العامة بوصفها وظيفة إدارية من وظائف الإدارة إلى إقامة علاقات متبادلة أساسها الثقة بين المؤسسات وجماهيرها، وبين المؤسسات بعضها البعض. يوضح صالح **Saleh**[3]، إن الهدف من قيام العديد من المؤسسات من ممارسة الأنموذج الثنائي المتوازن هو بناء تفاهم متبادل بينها وبين جماهيرها، وعلى العكس من ممارسة الأنموذج الثنائي غير المتوازن، المؤسسات تهدف إلى تغيير مواقف وسلوكيات جمهورها، بقدر ما تسعى هي ذاتها إلى تغيير مواقفها وسياساتها اتجاه جمهورها. أي أن المؤسسات ومن خلال تطبيقها لهذا النهج تحرص على بناء علاقات طويلة الأمد، فضلاً عن قيامها بتعزيز العلاقات القائمة مع مختلف جماهيرها، وعادة ما تنسج تلك العلاقات في ضوء المحافظة علي مصلحة كلا الطرفين.

ويلاحظ أن الأنموذج المتوازن ثنائي الاتجاه قد تم اقتراحه وممارسته منذ ستينيات القرن الماضي، إلا أنه لا يزال حتى يومنا هذا أحد الأطر النظرية الرئيسية في مجال العلاقات العامة. وتشير العديد من الدراسات التي أجريت في البلدان الغربية والعربية على حد السواء إلى أن هذا النمط الاتصالي قد طبق على نطاق واسع في الكثير من المؤسسات، كما انه يعد الأكثر استخداماً وتطبيقاً مقارنة بغيره من النماذج الأخرى وخاصة في المؤسسات التي تهدف إلى معرفة ردود أفعال جماهيرها وأخذها بعين الاعتبار عند وضع سياساتها وبرامجها (كدراسة: **Abdelhay** عبدالحي، **2014** ; **Saleh صالح** ، **2018** ; **Murphy** مورفي ، **1991** ; **Tam** تام ، **2015**). أي أن المؤسسات تستخدم الأدوات الحديثة في تواصلها مع جماهيرها كالحوار والتفاوض والاتصال في اتجاهين وذلك من اجل بناء مناخ من التفاهم المتبادل بينهما، ونتيجة لممارسة هذا النهج الاتصالي قد يعمل كلا الطرفين أو إحداهما، سواء المؤسسة أو الجمهور، على تغيير سلوكه أو موقفه من أجل الوصول إلى نقطة تفاهم مشتركة[4]. من وجهة نظر ليندبورغ **Lindeborg**[5]، فإن الأنموذج الثنائي

---

[1]. شيبة، شدوان (2009)، مرجع سابق.

[2] المرجع نفسه.

[3]. Saleh, S. (2018). Ibid

[4]. Grunig, E. & Hunt, T. (1984). Ibid.

[5].Lindeborg, R. (1994). The IABC Excellence Study: Excellent communication. In *A Pamphlet, Fou Reviews of Excellence in Public Relations and Communication Management.* Chicago, IL: Ragan Communications Inc.

المتوازن يعد وسيلة تتفاعل من خلالها المؤسسات والجماهير بغية التوصل إلى حلول توافقية حول القضايا الخلافية من أجل مصلحة كل الأطراف.

تستخدم المؤسسات الحكومية وغير الحكومية الأسلوب الاتصالي المتوازن من أجل معرفة اتجاهات جمهورها ومواقفها نحوها، علاوة على ذلك، فالحكومات تستخدم هذا النهج مع بعضها البعض من أجل الحفاظ على التعاون المتبادل والمنفعة المتبادلة بينهما، فضلاً عن ضبط النفس وخاصة أثناء الأزمات والتوترات[1]. في هذا السياق يقول فيرارو Ferraro[2]، إن على الحكومات استخدام وسائل الإعلام وكذلك أسلوب الاتصال الثنائي المتوازن مع مواطنيها، فضلاً عن الحكومات الأخرى، من أجل بناء أو تعزيز العلاقات بينهما وكذلك خلق الثقة والتفاهم المتبادل. ويضيف دياب[3]، إن الجهات الرسمية في العديد من الدول، والسفارات على سبيل المثال، أصبحت تطبق هذا النهج من الاتصال مع غيرها من الدول الأخرى، وذلك من أجل زيادة التفاهم المشترك بينهما، وإزالة سوء الفهم الذي قد يحصل. فيما أكد كلا من فانك وفيتزباتريك Vanc & Fitzpatrick[4] على أهمية الدور الذي يؤديه الاتصال المتوازن في اتجاهين في بناء العلاقات بين الدول.

ويري جرونج Grunig[5]، إن الأنموذج الاتصالي المتوازن ذو الاتجاهين يعد هو الأنسب من بين النماذج الاتصالية الأخرى، للمؤسسات العامة والخاصة التي تسعي إلى بناء علاقات متبادلة مع مختلف جماهيرها، وذلك راجع للأسباب التالية:

1. تتدفق المعلومات في اتجاهين بين المؤسسات وجماهيرها، وكذلك المؤسسات بعضها البعض، ولا توجد وسائط بينهما.
2. الكثير من الإشكاليات وسوء الفهم بين المؤسسات وجمهورها يمكن حلها وتجاوزها عن طريق التفاوض والحوار.
3. من شأن ردود الفعل التي تصل للمؤسسات من جماهيرها، لاسيما أصحاب المصلحة، أن تساعد على تعزيز العلاقات وخلق ثقة متبادلة بيم كلا الطرفين.

مما سبق، يتضح أن المؤسسات الممارسة لنهج الاتصال الثنائي المتوازن تلجأ إلى وضع خطط إستراتيجية مبنية على الاتصال الفاعل مع جماهيرها المختلفة من خلال التعرف على آراءها ومواقفها نتيجة لردود أفعالها، وأخذها بعين الاعتبار عند وضع سياستها وبرامجها، من أجل تحقيق أهدافها التي تسعي إليها وبما

---

1. Tam, L. (2015). Ibid.
2. Ferraro, A. (2015). *Exploring An alternative Public Relations Framework for the Public Sector*, (PhD Dissertation). University of Akron.
3. دياب، وليد (2010) ، مرجع سابق .
4. Fitzpatrick, K. Fullerton, J.& Kendrick, A. (2013). Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual and Practical Connections.*Public Relations Journal,* 7(4), pp. 1-21.
5. Grunig, E. (1992). Communication, Public Relations, and Effective Organizations: An overview of the Book. In Grunig, E (ed),*Excellence in Public Relations and Communication Management,*pp.1- 30. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

يعود بالمنفعة المشتركة على كل الأطراف. وهذا ما تفتقده النماذج الأخرى سابقة الذكر، مما يضفي أهمية على هذا المنهج لكونه يسعى إلى إقناع الجمهور عن طريق التفاوض والحوار البناء مما يجعله يتصف بالتوازن والأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية عند ممارسته من قبل المؤسسات المختلفة، في السياق نفسه تؤكد شيبة[1]، إن الأسلوب الاتصالي المتوازن في اتجاهين يعد من أفضل الاستراتيجيات التي يمكن أن تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة بأي مؤسسة كانت بصرف النظر عن نوع نشاطها، لأنه الأنموذج الأكثر أخلاقية ومسؤولية اجتماعية، فضلاً عن كونه فاعل عند ممارسته في أنشطة وبرامج العلاقات العامة. ونظراً لما تتميز به نماذج العلاقات العامة بشكل عام من خصائص وسمات فقد وظفها العديد من الباحثين والممارسين للعلاقات العامة بالدول المتقدمة والنامية، ويمكن توضيح ذلك كما هو مبين بالجدول رقم (1).

الخصائص	أنموذج الوكالة الصحفية	أنموذج المعلومات العامة	أنموذج ثنائي الاتجاه غير المتوازن	أنموذج ثنائي الاتجاه غير المتوازن
الغرض	دعائي	نشر المعلومات	إقناع علمي	فهم متبادل
طبيعة الاتصال	اتجاه واحد: المصداقية الكاملة ليست ضرورية	اتجاه واحد: المصداقية مهمة	اتجاهين: تأثير غير متوازن	اتجاهين: تأثير متوازن
طبيعة البحث	قليلة: بالكاد لا تذكر	قليلة: قراءة فقط	تقييم المواقف والاتجاهات	تقييم مستوى التفاهم
الشخصيات الرائدة	بارنوم Barnum	ايفي لي Ivy Lee	ادوارد بيرنايز Edward Bernays	ادوارد بيرنايز Edward Bernays ممارسين مهنيين
الممارسة	الجوانب الرياضية، والمسرح، وترويج المنتجات	المؤسسات الحكومية وغير الحكومية	الوكالات الخاصة، والمؤسسات المنافسة	المؤسسات الرسمية، والوكالات الرسمية
نسبة الممارسة	%15	%50	%20	%15

المصدر (جرونج وهنت Grunig & Hunt، 1984، 22)[2]

2.توظيف نماذج العلاقات العامة

استخدم جرونج مصطلح الأنموذج لوصف مجموعة من القيم والأنماط والسلوكيات للنهج الذي يتبع من إدارات العلاقات العامة أو الممارسين عند قيامهم بممارسة أنشطة وبرامج العلاقات العامة بالمؤسسات المختلفة[3]. نظراً للمرونة التي تتميز بها بعض نماذج العلاقات العامة الأربعة التي قدمها جرونج وهنت في ثمانينات القرن الماضي فضلاً فاعليتها من حيث الممارسة العملية ودورها في التعرف على الأسلوب الذي تتبعه المؤسسات في التعامل مع جماهيرها، فقد تم تطبيقها في العديد من المؤسسات الحكومية وغير الحكومية في الدول المتقدمة والنامية على حد السواء. بمعنى آخر، إن ما أكسب هذه النماذج أهمية وجعلها تُطبق من قبل الممارسين والباحثين في مجال العلاقات العامة كونها تُعد أول إطاراً نظرياً مُفسراً لعمل

[1].. شيبة، شدوان (2009)، مرجع سابق.

[2]. Grunig, E. & Hunt, T. (1984).P,22 Ibid.

[3] . Grunig, E. (1992). Ibid.

إدارات العلاقات العامة، مما دفع المختصين وعلماء العلاقات العامة بدراستها وتوظيفها في العديد من دراساتهم وأبحاثهم.

أما من حيث توظيفها والاستخدامات الواسعة التي حظيت بها نماذج جرونج وهنت، يقول ترك **Truk** [1]، إن المؤسسات الحكومية التي وظفت هذه النماذج كان أنموذج المعلومات العامة هو الأكثر استخداماً من بينها، فيما بينت دراسة أخرى، أجراها ويذريل **Wetherell** في نهاية عقد الثمانينات[2]، إن المسؤولين بالمؤسسات الحكومية يعدون أكثر دراية والماماً باستخدامات أنموذج الوكالة الصحفية والمعلومات العامة أكثر من خبرتهم وممارستهم للنماذج الثنائية للاتصال. مع مطلع تسعينيات القرن الماضي، أجرى جرونج وآخرون بحثاً حول مدى ممارسة نماذج العلاقات العامة في اليونان والهند وتايوان، وأظهرت دراستهم إن العلاقات العامة في البلدان الثلاثة تتم ممارستها بتلك الدول، فضلاً عن تطبيق النماذج الأربعة للعلاقات العامة بمؤسساتهم. وعلى الرغم من أن دراستهم بينت إن هناك ضعف لدى الممارسين للعلاقات العامة بالدول الثلاث سابقة الذكر بمعرفتهم بالكيفية التي ينبغي إن تمارس بها العلاقات العامة، إلا أن الدراسة أكدت على إمكانية تطبيق نماذج الأربعة ببلدان أخرى[3]. في سياق مماثل، وبنهاية عقد التسعينيات قام سريرامش وزملائة **Sriramesh** بدارسة الكيفية التي تمارس بها العلاقات العامة بثلاث دول أسيوية مختلفة هي الهند واليابان وكوريا الجنوبية، فقد توصلت دراستهم إلى نتيجة مفادها إن أنموذج الوكالة الصحفية أو النشر هو الأكثر رواجاً واستخداماً في الدول الثلاث. علاوة على ذلك، أظهرت هذه الدراسة أن ميزانية العلاقات العامة للمؤسسات العامة في هذه البلدان الآسيوية الثلاثة كانت أكبر بكثير من ميزانية الشركات الخاصة، وذلك من أجل الحفاظ على علاقات جيدة مع وسائل الإعلام والمؤسسات الأخرى[4].

مع مطلع الألفية الثانية، أجرى كاراجوف وآخرون **Karadjov et al.,** دارسة حول نماذج العلاقات العامة بالمؤسسات البلغارية، حيث بينت نتائج هذه الدراسة إن النماذج أحادية الاتجاه والمتمثلة في أنموذج الوكالة الصحفية و المعلومات العامة هي التي يتم ممارستها، فيما لا تحظى نماذج الاتصال في اتجاهين بأي اهتمام وذلك راجع لنقص المعرفة بين ممارسي العلاقات العامة في هذا البلد[5]. فيما توصلت دراسة هوانغ **Huang** إلى أن النماذج أحادية الاتجاه وكذلك ثنائية الاتجاه يتم ممارستها بالمؤسسات التايوانية[6]. وفي سياق زمني مماثل، أجرى بيترسون **Petersone** دراسته حول ممارسة مهنة العلاقات العامة بلاتفيا، حيث

---

1. Turk, J. V. (1985). Public relations in state government: A Typology of management styles. Journalism Quarterly, 62(2), 304-31.
2. Cited in (Ferraro, A. (2015).P, 17, Ibid.
3. Grunig, E. Grunig, L. Sriramesh, K. Huang, Y.& Lyra, A. (1995). Models of Public Relations in an International Setting. *Journal of Public Relations Research*, 7 (3), pp. 163-186.
4. Sriramesh, K. Kim, Y.& Takasaki, M. (1999). Public Relations in Three Asian Cultures: An Analysis. *Journal of Public Relations Research*, 11(4), pp. 271-292.
5. Karadjov, C. Kim, Y. & Karavasilev, L. (2000). Models of Public Relations in Bulgaria and Job Satisfaction Among Practitioners. *Public Relations Review*,26, pp.209-218.
6. Huang, Y. (2000).The Personal Influence Model and Gao Guanxi in Taiwan Chinese Public Relations. *Public Relations Review*, 26, pp.216-239.

بين إن أنموذج الاتصال في اتجاه واحد يعد أكثر استخداماً من أنموذج الاتصال في اتجاهين من قبل ممارسي العلاقات العامة بالمؤسسات التي أجريت عليها الدراسة بلاتفيا[1].

في المقابل، أجريا كل من هولتزهاوزن وبيترسن **Holtzhausen & Petersen** دراسة تطبيقية على ممارسي العلاقات العامة في جنوب إفريقيا، كشفت دراستهم إنه لا يوجد دليل على أن ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسات التي أجريت عليها الدراسة كانت قائمة على نماذج العلاقات العامة سواء المتوازن منها أو غير المتوازن. حيث أظهرت النتائج إن ممارسي العلاقات العامة بجنوب إفريقيا اوجدوا نماذجهم الخاصة بهم والتي كانت نتاجاً للمتغيرات السياسية والثقافية والاقتصادية في مؤسساتهم[2]. ويلاحظ أن نتائج الدراسة السابقة لا تعزز من الافتراضات التي طرحتها بعض الدراسات السابقة من حيث إمكانية تطبيق نماذج العلاقات العامة في بعض الدول الأخرى، وذلك، نتيجة للمتغيرات المختلفة بين الدول المتقدمة منها والنامية، ما يطبق في الولايات المتحدة أو المملكة المتحدة قد لا يطبق في بلد نامي مثل ليبيا. وجاءت دراسة باردان **Bardhan** متوافقة تماما مع هذه الافتراضات، حيث أكدت الدراسة التي أجريت على المؤسسات الهندية، إن ممارسة العلاقات العامة بتلك المؤسسات تتأثر بشكل كبير بالقيم الهندية الاشتراكية، فضلاً عن البيروقراطية التي تمارس في المؤسسات الهندية[3].

أما على صعيد ممارسة نماذج العلاقات العامة بالدول العربية، وكما بينت العديد من الدراسات والأبحاث، فيلاحظ إن العلاقات العامة في البلدان العربية لم تمارس بعد بالشكل الصحيح، كما أنها لم تحظ بالاهتمام الكافي من قبل المؤسسات التي طبقت بها العلاقات العامة. في هذا الصدد، يقول العناد **Al-Enad**، في مقاله الذي نشره مطلع التسعينيات من القرن الماضي حول الأدوار والممارسات المختلفة للعلاقات العامة في البلدان النامية، وخاصة في العالم العربي، إن العلاقات العامة تقوم بأدوار ووظائف مختلفة في الدول النامية عن تلك التي تؤديها في الدول المتقدمة، على سبيل المثال في العالم العربي، تصنف العلاقات العامة في كثير من المؤسسات تحت مسمي الشؤون العامة أو الخدمات العامة مما ساهم في استمرار الغموض حول طبيعة أهدافها وأدوارها التي يجب أن تقوم بها[4]. ويضيف العناد قائلاً إن دور ووظائف العلاقات العامة في الدول العربية يمكن أن تتأثر بالمتغيرات البيئية التي تعمل بها إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات العربية، حيث يصعب في الكثير من الأحيان تطبيق مبادئ ونماذج العلاقات العامة بشكل متساوٍ في كل مجتمع أو أمة، مما قد يؤثر في النهاية على طريقة ممارسة العلاقات العامة ويجعلها مختلفة من بلد إلى آخر. في واقع الأمر، إن العديد من الدراسات التي أجراها باحثون ومختصون في العلاقات العامة بالعالم العربي اتفقت مع ما خلُص إليه العناد من حيث تأثر إدارات العلاقات العامة بالمتغيرات

---

[1]. Abdelhay, N. (2014). Ibid

[2]. Holtzhausen, D. & Petersen, K. (2003). Exploding the Myth of the Symmetrical / Asymmetrical Dichotomy: Public Relations Models in the New South Africa. Journal of Public Relations Research, 15(4), pp.305–341.

[3]. Bardhan, N. (2003). Rupturing public relations meta-narratives: the example of India. *Journal of Public Relations Research*,15 (3), pp.225-248.

[4]. Al-Enad, H. (1990). Public Relations Roles in Developing Countries. *Public Relations Quarterly*,35 (1), pp. 24-26.

البيئية لاسيما الثقافة العربية التي تعمل في ظلها (كدراسة: **Abdelhay** عبدالحي، **2014** ; العنيزي **Alanazi**، **1996** ; العناد **Al-Enad** ، **1990** ; صالح **Saleh** ، **2018**). في سياق متصل، تري شيبة، إن العلاقات العامة في معظم البلدان النامية لاسيما العربية منها، تميل إلى تطبيق نماذج أحادية الاتجاه إلى جانب أنموذج الاتصال غير المتوازن، وتضيف شيبة، ذلك راجع إلى الفهم الخاطئ لمهنة العلاقات العامة باعتبارها أداة أحادية المسار تستخدم من قبل المؤسسات بهدف الربح دون أن تولي لردود أفعال جماهيرها أي اهتمام مما جعلها تصبح وظيفة مكملة للإدارات الأخرى بالمؤسسة[1].

بخلاف ما توصلت إلية نتائج الدراسات السابقة في المؤسسات العربية، فإن هناك العديد من الدراسات العربية التي نشرت مؤخراً التي تناولت العلاقات العامة من زوايا مختلفة من حيث الممارسة والتطبيق، بينت نتائجها إن العلاقات العامة في العالم العربي بدأت تحظى بشيء من الاهتمام من قبل المؤسسات الحكومية وغير الحكومية بالدول العربية، فضلاً عن قيام العديد من الأبحاث والدراسات بتوظيف نماذج العلاقات العامة بالمؤسسات العربية لمعرفة الأساليب التي تمارس بها العلاقات العامة بتلك المؤسسات (كدراسة: عبدالحي **Abdelhay** ، **2014** ; المطيري **Almutairi** ، **2013** ; دياب ، **2010** ; صالح **Saleh**، **2018**). على سبيل المثال، قد وظف دياب نماذج العلاقات العامة في دراسته التي تناولت دور العلاقات العامة في القطاع الدبلوماسي لمعرفة الأساليب الاتصالية التي تتبعها إدارات العلاقات العامة بالسفارات العربية والأجنبية العاملة بمصر من أجل تحقيق الأهداف التي تسعي لها. وأكد دياب في هذا الدراسة على أهمية النماذج التي قدمها جرونج وهنت باعتبارها إطاراً نظرياً مهما يجب ممارسته لزيادة فاعلية إدارات العلاقات العامة لاسيما أنموذج الاتصال في اتجاهين المتوازن نظراً لدوره في بناء العلاقات بين المؤسسات[2].

يؤكد عبدالحي **Abdelhay**[3]، في دراسته التي أجراها على ممارسة العلاقات العامة بالمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة، إن نماذج العلاقات العامة قد طبقت بالمؤسسات التي شملتها الدراسة، فيما بينت نتائج الدراسة إن أنموذج الاتصال الثنائي المتوازن يعد واحداً من الأطر الرئيسية في مجال العلاقات العامة التي تستخدم في بناء العلاقات بين المؤسسة وجماهيرها فضلاً عن المؤسسات بعضها البعض. علاوة على ذلك، أكد صالح في دراسته التي تناولت العلاقات العامة والدبلوماسية العامة من حيث دورهما في بناء العلاقات بين ليبيا وايطاليا، ولمعرفة هذا الدور وظفت نماذج العلاقات العامة بهذا الدراسة، أظهرت النتائج إن هذه النماذج مورست على نطاق واسع من قبل الممارسين من أجل بناء وتعزيز العلاقات بين البلدين، فضلاً عن وعي الممارسين بهذه النماذج عند أداء أعمالهم على صعيد العمل الرسمي بالمؤسسات الليبية والايطالية على حد السوء، فيما بينت الدراسة أيضاً أن أنموذج الاتصال في اتجاهين

---

[1]. شيبة، شدوان (2009)،مرجع سابق. .

[2].دياب، وليد (2010) ، مرجع سابق .

[3]. Abdelhay, N. (2014). Ibid.

المتوازن هو الأكثر استخداماً من بين النماذج الأربعة من أجل بناء علاقات طويلة الأمد والمحافظة على علاقات قائمة بين ليبيا وايطاليا سواء كان ذلك خلال أو ما بعد عهد القذافي[1].

أسهمت الاستخدامات الواسعة التي حظيت بها نماذج العلاقات العامة على صعيد الدول المتقدمة والنامية، إلى ظهور أنموذجين آخرين عُرفا باسم أنموذج التأثير الشخصي **Personal Influence Model** وأنموذج المترجم الثقافي **Cultural Interpreter Models**. الجدير بالذكر، إن هذين الأنموذجين ظهرا كنتيجة للدراسة التي أجراها جرونج وزملاؤه في اليونان والهند وتايوان منتصف التسعينيات[2]. ويمكن توضيح مضامين هذين الأنموذجين على النحو التالي:

- **أنموذج التأثير الشخصي Personal Influence Model**

مع بداية التسعينيات قدم سريرامش **Sriramesh** أنموذج التأثير الشخصي كأنموذج خامس يمكن أن يُضاف إلى النماذج السابقة في مجال العلاقات العامة[3]. وفقاً لسريرامش فإن هذا الأنموذج هو نهج علاقات عامة واسع الانتشار خاصة في بلدان الشرق الأقصى. ويمكن القول إن ممارسي العلاقات العامة يقومون باستخدام الاتصال الشخصي من أجل إقناع الجماهير وتغير اتجاهاتهم ومواقفهم. في هذا السياق، بينت دراسة أجريت في اليونان، من أجل تحديد مدى تطبيق نماذج العلاقات العامة في المؤسسات اليونانية، أن الإدارات العليا تتوقع من إدارة العلاقات العامة أن تنسج علاقات شخصية مع المسؤولين والفاعلين من سياسيين وغيرهم، كما تضيف الدراسة إن المهارات الشخصية تعد شرطاً أساسياً عادة ما ينظر إليها للمتقدمين لشغل وظيفة العلاقات العامة بالمؤسسات اليونانية[4]. ويضيف سريراميش **Sriramesh**، إن ممارسي العلاقات العامة في العديد من المؤسسات يستخدمون أسلوب التأثير الشخصي من أجل إقامة علاقات شخصية مع قادة الرأي من إعلاميين وسياسيين والجماعات الفاعلة من أجل تحقيق أهداف المؤسسات التي يمثلونها[5].

يقول دياب[6]، إن أنموذج التأثير الشخصي قد طبق من قبل ممارسي العلاقات العامة في العديد من المؤسسات في الدول النامية وذلك من خلال بناء علاقات متبادلة مع وسائل الإعلام والمؤسسات الحكومية للحصول على دعم وتأييد لمؤسساتهم. وقد اتفقت كل من دراسة عبدالحي**Abdelhay** [7] التي أجراها على المجتمع السعودي والإماراتي و كذلك دراسة صالح **Saleh**[8]، التي أجريت علي المؤسسات الدبلوماسية

---

[1]. Saleh, S. (2018). Ibid.

[2]. Grunig, E. Grunig, L. Sriramesh, K. Huang, Y.& Lyra, A. (1995). Ibid.

[3]. Sriramesh, K. (1992). Societal Cultural and Public Relations: Ethnographic Evidence From India. *Public Relations Review*, 18(2), pp.201–211

[4]. Lyra, A. (1991). Public relations in Greece: Models, Roles and Gender. (MSc Dissertation). University of Maryland.

[5]. Sriramesh, K. (1996). Power Distance and Public Relations: An Ethnographic Study of Southern Indian Organizations. In Culbertson, H.& Chen, N. (eds.), *International Public Relations: A Comparative Analysis,* pp. 171-190. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. Inc.

[6]. دياب، وليد (2010) ، مرجع سابق .

[7]. Abdelhay, N. (2014). Ibid.

[8]. Saleh, S. (2018). Ibid.

الليبية ونظيرتها الايطالية، إن أنموذج التأثير الشخصي قد طُبق من قبل الممارسين للعلاقات العامة من أجل تحقيق أهداف مؤسساتهم. تجدر الإشارة، إنه على الرغم من ممارسة هذا الأنموذج في العديد من البلدان المختلفة، تشير بعض الأبحاث إلى أن أنموذج التأثير الشخصي يُمارس بطريقة غير أخلاقية إضافة إلى كونه غير متوازن[1].

- **أنموذج المترجم الثقافي Cultural Interpreter Models**

وجدت ليرا **Lyra** في دراسة قامت بها حول ممارسة العلاقات العامة في اليونان إن أنموذج المترجم الثقافي كان يمارس من قبل شركات متعددة الجنسيات تعتمد على سكان البلد الأصليين ممن يفهمون ثقافتها ويجيدون لغتها فضلاً عن إدراكهم للمتغيرات الأخرى السياسية والاقتصادية، وذلك من أجل تحقيق فاعلية اتصالية تمكن تلك الشركات من تحقيق أهدافها في نهاية المطاف[2]. يرى جرونج وآخرون إن هذا الأنموذج يمكن أن تطبقه المؤسسات الحكومية وغير الحكومية من أجل بناء تفاهم متبادل وتعزيز العلاقات الثنائية بينها وبين جماهيرها[3]. كما يرون، إن ممارسي العلاقات العامة إضافة إلى ممارستهم للنماذج الاتصالية الأخرى فهم أيضاً يوظفون أنموذج المترجم الثقافي مما يسهل عليهم التواصل مع جماهيرهم، فضلاً عن كون هذا النهج الاتصالي مهما ومناسباً للمؤسسات التي تمارس أنشطتها في بلدان أخرى غير بلدانها الأصلية. ويضيف دياب[4]، ونتيجة للاختلافات الثقافية بين شعوب العالم المختلفة من تعدد هوياتهم ولغاتهم أصبحت الكثير من المؤسسات والوكالات تلجأ إلى استخدام أنموذج المترجم الثقافي مما أضفي عليه دوراً بالغ الأهمية.

خلُصت نتائج بحث جرونج وآخرون إلي أنه عادة ما تقوم المؤسسات العامة والخاصة في الكثير من دول العالم بتوظيف مواطنين محليين بالدول التي تعمل بها، على غرار ما تقوم به الشركات المتعددة الجنسية بتوظيف مواطنين محليين بالعمل بإدارات العلاقات العامة بتلك الشركات، علاوة على ذلك، تقوم العديد من الشركات الأجنبية العاملة في الولايات المتحدة الأمريكية بتوظيف أمريكيين للعمل في مجال إدارة العلاقات العامة، كما تقوم الحكومات الأجنبية والسفارات بالاستعانة بشركات علاقات عامة أمريكية مما يساعدها في فهم الثقافة الأمريكية من جهة، و تحقيق أهدافها التي تسعي إليها من جهة أخرى[5]. ما تجدر الإشارة إلية في هذا السياق، هو أن كل دول العالم لديها الكثير من المصالح التي تجمعها مع غيرها من بلدان وشعوب العالم الآخر، مما يدفع بتلك الدول بفتح سفارات وقنصليات لها لضمان استمرار علاقاتها والمحافظة عليها، على الرغم من حقيقة إن السفارات تمارس أعمالها في بلد أخر، إلا أنه جزء لا يتجزأ من مجتمعها الأصلي

---

[1].دياب، وليد (2010) ، مرجع سابق .

[2]. Lyra, A. (1991).Ibid.

[3]. Grunig, E. Grunig, L. Sriramesh, K. Huang, Y.& Lyra, A. (1995). Ibid.

[4]. دياب، وليد (2010) ، مرجع سابق.

[5]. Grunig, E. Grunig, L. Sriramesh, K. Huang, Y.& Lyra, A. (1995).P, 184-183. Ibid.

مجلة دولية محكمة – (ISSN 25123203) – رقم التسجيل (vr3373.6311.B)

بلغته وثقافته. في هذا الصدد، يقول خاكيموفا **Khakimova**[1]، إن السفارات هي مؤسسات ذات طبيعة خاصة تسعي لتمثيل البلد الذي تنتمي إليه، كما تعمل من أجل الحفاظ على العلاقات القائمة أو بناء علاقات متبادلة جديدة مع الدولة التي تعمل فيها.

تأسيساً على ذلك، تقوم العديد من المؤسسات سواء كانت حكومية أو غير حكومية عامة أو خاصة بتوظيف أنموذج المترجم الثقافي لفهم البيئة التي يعملون بها. فيما تؤكد دراسة دياب[2]، إلى أن أنموذج المترجم الثقافي لعب دورًا مهمًا في السفارات التي طبقت هذا الأنموذج، حيث ساعدها على فهم الثقافات المختلفة بين الشعوب الأخرى لاسيما الثقافة المصرية. وجاءت دراسة صالح **Saleh**[3]، مطابقة تماما لذلك، حيث بينت نتائجها إن الممارسين الليبيين ونظرائهم الايطاليين استخدموا هذا النهج الاتصالي مما ساعدهم في بناء علاقات بين بلديهم.

يُظهر الأدب السابق في مجال العلاقات العامة التطورات التي شهدتها هذه المهنة في الأطر النظرية والممارسة العملية، وفي استخداماتها الواسعة بالكثير من المؤسسات المختلفة. فمع بدايات الألفية الثانية، تعالت كثير من نداءات علماء العلاقات العامة إلى الحاجة لإجراء المزيد من الدراسات والأبحاث التي تربط العلاقات العامة بغيرها من التخصصات الأخرى من أجل معرفة إلى أي مدي يمكن أن تصلح نماذج العلاقات العامة من الممارسة في ميادين مختلفة، خاصة من حيث دورها في بناء العلاقات. على سبيل المثال، مؤخراً، اتجهت مسارات علماء العلاقات العامة إلى تطبيق نظريات ونماذج العلاقات العامة على مهنة الدبلوماسية وممارسيها. فقد حث كل من سيجنيتزر وكومبس **Signitzer & Coombs**[4]، الباحثين والمختصين في مجال العلاقات العامة باختبار فرضيات نظريات ونماذج العلاقات العامة في المجال الدبلوماسي من أجل معرفة المفاهيم التي تجمع بين التخصصين وخاصة من ناحية بناء العلاقات أو المحافظة عليها. يؤكدان فانك و فيتزباتريك **Vanc & Fitzpatrick**، **2016**[5]، إن العلاقات العامة والدبلوماسية العامة يتشابهان من الناحية الفلسفية لكلا المفهومين، فضلاً عن الممارسة التطبيقية. فيما تبين الدراسات التي نشرت مؤخراً في العالم العربي أيضاً الجوانب المشتركة بين كلا التخصصين كدراسة دياب وصالح المشار إليهما سابقاً. حيث تعد دارسة دياب وصالح من أوائل الدراسات العربية التي جمعت بين المفهومين وكذلك تطبيق نماذج العلاقات العامة على المتخصصين في السلك الدبلوماسي، وإن كان بحثت دراسة دياب عن دور العلاقات العامة بالقطاع الدبلوماسي بمصر، فإن دراسة صالح جمعت بين العلاقات العامة والدبلوماسية العامة لمعرفة إلى أي مدي يمكن ممارسة النماذج من قبل الدبلوماسيين الليبيين

---

1. Khakimova, L. (2013). Public Diplomacy at Arab Embassies: Fighting an Uphill Battle. International Journal of Strategic Communication, 7(1), pp. 21-42.

2. دياب، وليد (2010)، مرجع سابق.

3. Saleh, S. (2018). Ibid.

4. Signitzer, B. & Coombs,T. (1992). Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Convergences. *Public Relations Review,* 18 (2), pp. 137-147.

5. Vanc, A. & Fitzpatrick, K. (2016). Scope and Status of Public Diplomacy Research by Public Relations Scholars, 1990–2014. *Public Relations Review,*pp. 432–440.

والايطاليين. التي أظهرت نتائجها أن الدبلوماسيين الليبيين ونظرائهم الايطاليين يمارسون نماذج العلاقات العامة على نطاق واسع ولاسيما أنموذج الاتصالين في اتجاهين المتوازن وأنموذج التأثير الشخصي والمترجم الثقافي. هذه الاستخدامات الواسعة لنماذج العلاقات العامة التي تعدت مجال التخصص ذاته، لم يجعلها بمنأى عن الانتقادات التي وجهت لها من الكثير من علماء العلاقات العامة.

3.الرؤية النقدية لنماذج العلاقات العامة

يذكر فيرارو **Ferraro**[1]، بأن ما يجعل بعض النماذج أكثر ممارسة في مؤسسة دون أخرى هو في واقع الأمر راجع للخصائص التنظيمية للمؤسسة ذاتها، فيما تقوم بعض المؤسسات بالجمع بين أكثر من أنموذج من نماذج العلاقات العامة نظراً للظروف التي تعمل بها. يعد سريرامش **Sriramesh** من أكثر المطالبين في مجال العلاقات العامة بدراسة الظروف والمتغيرات البيئية التي تعمل بها إدارات العلاقات العامة ومعرفة درجة انعكاسها على ممارستها، حث يؤكد على ضرورة، يجب دراسة العلاقات العامة من حيث التطبيق والممارسة في ظل الظروف البيئية التي تعمل بها كالعوامل الثقافية والسياسية والاجتماعية وغيرها، من أجل معرفة كيف تعمل العلاقات العامة في ضوء هذه المتغيرات، فضلاً عن زيادة الوعي بممارسة العلاقات العامة[2]. تباينت وجهات نظر علماء العلاقات العامة بين داعماً لهذه النماذج الاتصالية باعتبارها نهجاً مفاهيمياً وتطبيقياً فاعلاً لقياس العلاقات العامة بالمؤسسات، وبين منتقداً لها لكونها أخفقت في إثبات فاعليتها عند الممارسات الواقعية لها. يقول لاسكين **Laskin**[3]، إن هذه الانتقادات لم توجه لنماذج العلاقات العامة من قبل العلماء والممارسين في مجال العلاقات العامة فقط، وإنما أيضاً من أصحاب هذه النماذج أنفسهم الذين أشاروا لها في كتابهم نظرية الامتياز، بقولهم إن النماذج الأربعة، ولاسيما الأنموذج الثنائي المتوازن الذي يعد أكثرها إثارةً للجدل حيث دار حوله الكثير من النقاش في تلك النظرية.

الجدير بالذكر إن العديد من الدراسات وخاصة تلك التي أجريت في المجتمعات المتقدمة بينت إن أنموذج الوكالة الصحفية وأنموذج المعلومات العامة والأنموذج الثنائي غير المتوازن هي نماذج غير فاعلة ويمكن وصفها أيضاً بأنها غير أخلاقيه ولا تراعي المسؤولية الاجتماعية في ممارستها مع جماهيرها، فيما يمكن وصف الأنموذج الثنائي المتوازن بأنه غير واقعي ولا يمكن ممارسته في الكثير من المؤسسات. تعد مورفي **Murphy**[4]، من أوائل المنتقدين للنماذج الأربعة التي اقترحها جرونج وهنت، وذلك من خلال تقديمها لنظرية اللعبة " **Game Theory** " ومقارنتها بالنماذج الثنائية المتوازنة وغير المتوازنة، حيث عملت على وصف العلاقة بين مهنة العلاقات العامة والجمهور على ضوء نماذج العلاقات العامة، الفلسفة التي تقوم

---

1. Ferraro, A. (2015). Ibid.
2. Sriramesh, K. (1996). Ibid.
3. Laskin, A. V. (2009).The evolution of models of public relations: an outsider's perspective. *Journal of Communication Management*, 13 (1), pp.37-54.
4. Murphy, P. (1991). The Limits of Symmetry: A Game Theory Approach to Symmetric and Asymmetric Public relations. In Grunig, L.& Grunig, E. (eds),*Public Relations Research Manual 3*, Mahwah, N.J.; London, L. Erlbaum Associates, pp. 115-131.

عليها نظرية اللعبة بأنه لا يوجد خاسر في اللعبة، فالاتصال المتوازن بين المؤسسة والجمهور يجسد روح التعاون في اللعبة بينهما، حيث يكون العمل بما يحقق مصلحة كلا الطرفين هو الهدف من اللعبة ذاتها. كما اقترحت مورفي أيضاً أنموذج الدوافع المشتركة " **Mixed-Motive Model** "[1] الذي يمزج بين النماذج الثنائية المتوازنة وغير المتوازنة من أجل تلبية احتياجات المؤسسات وجماهيرها المختلفة. وتضيف، إن أنموذج العلاقات العامة المتوازن لا يقدم حلولاً منطقية عند ممارسته واقعياً.

فيما يرى ليتشي وسبرينغستون **Leichty & Springston**[2]، إن نماذج جرونج وهنت تتضمن العديد من الإشكاليات التي تطالها من حيث إمكانية قياسها فضلاً عن إدراكها أو تصورها بشكل دقيق. فهم يرون إن المؤسسات تُميز بين جماهيرها، أي أن ممارسي العلاقات العامة ومن خلال المؤسسات التي يمثلونها يتعاملون بطرق مختلفة مع جماهيرهم المستهدفة وفقاً لكيفية ردود أفعالهم تجاه تلك المؤسسات. ويقترح ليتشي وسبرينغستون إن قياس فاعلية نهج العلاقات العامة يجب أن يكون وفقاً لدرجة العلاقة بين المؤسسة وجمهورها لا بناء على المستوي التنظيمي للمؤسسات باختلاف طبيعتها. ومن وجهة نظر لاتانغ وبيسزكا **L'Etang & Pieczka**[3]، فإن النماذج أحادية الاتجاه وكذلك الأنموذج الثنائي غير المتوازن تميل في اتجاه تحقيق مصلحة المؤسسة، فيما يصفون الأنموذج الثنائي المتوازن بأنه غير واقعي عند التطبيق لأن ممارسي العلاقات العامة ولائهم لمؤسساتهم وليس للجماهير التي يتعاملون معها، فضلاً عن تجاهل هذه النماذج لمسألة التفاوت في السلطات بين العاملين داخل المؤسسات وخاصة بين من هم في السلطة العليا ومن هم دونهم. في سياق مماثل، يقول كارلبرغ **Karlberg**[4]، أن الجماهير التي تتعامل معها المؤسسات مختلفون عن بعضهم البعض من حيث سلوكهم وتوجهاتهم وكذلك قناعتهم إلا أن النماذج الأربعة لم تول اهتماماً كافياً لهذا الاختلاف. ويذهب في هذا الاتجاه كل من ليتش ونيلسون **Leitch & Neilson**[5]، بتأكيدهم على مسالة إن الجماهير لا يمثلون فئات ثابتة ومحددة من أجل إمكانية تصنيفها في أطر معينة، وإنما هي مختلفة باختلاف توجهاتهم وآرائهم التي يمكن تشكيلها والتأثير بها من قبل ممارسي العلاقات العامة.

فيما ذهب هوتون **Hutton**[6]، في نقده للنماذج إلى أبعد من ذلك بقوله، إن هذه النماذج لا تلبي متطلبات الأطر النظرية، فضلاً عن فشلها في الكثير من الممارسات التطبيقية. مما دفعه إلى تقديم إطاراً يتضمن ثلاثة أبعاد تتضمن المصلحة والمبادرة والصورة، والتي توضح بدورها الاختلافات الجوهرية في ممارسة

---

[1]. Ibid.

[2]. Leichty, G. & Springston, J. (1993) .Reconsidering public relations models. *Public Relations Review*, 19. pp.327-339.

[3]. L'Etang, J. & Pieczka, M. (1996). *Critical Perspectives in Public Relations*. London: Thomson International Business Press.

[4]. Karlberg, M. (1996). Remembering the Public in Public Relations Research: From Theoretical to Operational Symmetry. *Journal of Public Relations Research*, 8, pp.262-278.

[5]. Leitch, S. & Neilson, D. (2001). Bringing Publics Into Public Relations: New Theoretical Frameworks for Practice. In Heath, R. (ed.),*Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage. pp.127-138..

[6]. Hutton, J. (1999) .The definition, dimensions, and domain of public relations. *Public Relations Review*. 25 (2), pp.199-21.

العلاقات العامة، فضلاً عن دورها في تفسير الطبيعة التي تعمل بها العلاقات العامة. فالمصلحة تشير إلى مدي اهتمام ممارسي العلاقات العامة بمصلحة الجمهور مقابل المصلحة العامة. وأن تكون سياسات وبرامج العلاقات العامة مبنية وفق خطط مدروسة مسبقاً وفاعلة ولا تتبنى سياسة المعالجة بعد وقوع الأزمة. فيما تشير الصورة إلى المدى الذي تركز في المؤسسات على صورتها وتتناسى فيه جوهرها وما قد ينجم عنه من اختلاف بين واقعها وبين ما تتوقعه في أذهان جماهيرها. ويرى هولتزهاوزن **Holtzhausen**[1]، إن الأنموذج الثنائي المتوازن هو أشبه بالأسطورة على حد وصفه، فهو غير موجود على ارض الواقع عند الممارسة لأن المؤسسات ذات السلطة القوية تمارس نفوذها على الجمهور الذي يعد في الأساس أقل سلطةً ونفوذاً إذا ما قورن مع قوة تلك المؤسسات ونفوذها.

يعد تايلور **Taylor**[2]، من بين علماء العلاقات العامة الذين تساءلوا عن إمكانية تطبيق نماذج العلاقات العامة التي قدمها جرونج وهنت في ظروف مختلفة عن الظروف التي مُورست بها في الولايات المتحدة أو الدول الغربية بشكل عام. في هذا السياق، بينت نتائج دراسة هولتزهاوزن وبيترسن **Holtzhausen & Petersen**[3]، والمشار إليها سابقاً، إن ممارسة العلاقات العامة بجنوب إفريقيا تتأثر بالمتغيرات المحيطة والتي تعمل بها إدارة العلاقات العامة أكثر من تأثرها بالكيفية التي تمارس بها نماذج العلاقات العامة الأربعة كنهج اتصالي طُبق بالعديد من المؤسسات بالمجتمعات المتقدمة والنامية. وتتفق باردان **Bardhan**[4]، مع ما ذهبت إليه الدراسة السابقة، بقولها إن اختلاف الثقافات بين الشعوب يلقي بضلالة على ممارسة العلاقات العامة وأطرها النظرية، وبذلك من الصعوبة بمكان أن تمارس هذه النماذج بذات السياق التي نشأت به في المجتمع الغربي عنه في المجتمعات الشرقية، علاوة على ذلك، لا يمكن بأي حال من الأحوال اعتبار ثقافات التواصل بين الأمم مفهوماً عالمياً.

يصل لاسكين **Laskin**[5]، في بحثه الذي لخص فيه تطور نماذج العلاقات العامة والانتقادات التي وجهت لها إلى نتيجة مفادها إنه لا ينكر أن هذا النماذج ظلت إطاراً نظرياً رائداً لفترة طويلة من الزمن إلا أنها فشلت في التحديد الدقيق لمهنة العلاقات العامة من الناحيتين المفاهيمية والمنهجية. إذ إنها لم تضع حدود واضحة لممارسة العلاقات العامة كأطر نظري في بعض التخصصات المهمة وذات الصلة بهذه المهنة كنظرية الدور إضافة إلى بناء العلاقات في مجال العلاقات العامة، مما دفعه إلى المطالبة بمراجعة هذه النماذج وتنقحيها وجعلها أكثر صله بالممارسات الواقعية العلمية والعملية لمهنة للعلاقات العامة نتيجة لتطور هذه المهنة وتأثرها بجملة من المتغيرات الأخرى.

---

1. Holtzhausen, D.(2000). Postmodern Values in Public Relations. *Journal of Public Relations Research,* 12 (1), pp.93-114.

2. Taylor, M. (2000). Toward a Public Relations Approach to Nation Building. *Journal of Public Relations Research*, 12 (2), pp. 179-210.

3. Holtzhausen, D. & Petersen, K. (2003).Ibid.

4. Bardhan, N. (2003). Ibid.

5. Laskin, A. V. (2009).Ibid.

علاوة على كل ما ذكر، يقول جويرGower[1]، في الوقت الراهن وعند ممارسة العلاقات العامة بمختلف البلدان المتقدمة منها والنامية يجب أن تُأخذ بعين الاعتبار الآثار المحتملة للعولمة وما أحدثته من تقارب بين المؤسسات وجماهيرها أكثر من أي وقت مضى. في هذا الصدد يمكن القول إن التطورات التي يشهدها العالم اليوم على الصعيد السياسي والاقتصادي وحتى المؤسساتي والآثار المترتبة على التطور التكنولوجي وما أفرزته العولمة من مفاهيم جديدة في آليات التواصل بين المؤسسات وجماهيرها والمتمثلة في الفيس بوك والتويتر والانستجرام وغيرها، كل ذلك زاد من تداخل المفاهيم وتعقيداتها عند ممارسة العلاقات العامة، فضلاً عن تأثر الكثير من المؤسسات وخاصة في البلدان العربية بالمتغيرات السياسية والاقتصادية والثقافية التي تعمل في ظلها، مما يقوض من الاعتماد على هذه النماذج كلياً في تفسير سلوك المؤسسات وتوجهاتها نحو جماهيرها.

وفي رده على الانتقادات التي قدمها أصحاب مدخل ما بعد الحداثة من علماء العلاقات العامة أو المدرسة النقدية كما وصفهم جرونج، ومن بينهم (هولتزهاوزن **Holtzhausen** ، **2000** ; ليتش ونيلسون **Leitch & Neilson** ، **2001** ; لاتانغ و بيسزكا **L'Etang & Pieczka** ، **1996**)، يؤكد جرونج إن نماذج العلاقات العامة لم تقم بشرح كل ما يتعلق بالعلاقات العامة بجوانبها المختلفة، بقدر ما تسعى فيه إلى تقديم طريقة تفكير شاملة يمكن استخدامها من قبل الباحثين والممارسين لحل العديد من المشاكل التي تجابه مهنة العلاقات العامة من الناحيتين العلمية والمعيارية. ويضيف جرونج قائلاً ليس بالضرورة أن تهدم أو تدمر صرحاً قائماً من أجل إن تبني أو تبرر قيمة صرح آخر، كما قام به علماء ما بعد الحداثة أو النقديين[2]. أما فيما يتعلق بالأنموذج الثنائي المتوازن كأحد نماذج العلاقات العامة التي تم تطبيقها على نطاق واسع، يقول جرونج وآخرون، لم نقم مطلقاً بتعريف أو وصف الأنموذج الثنائي المتوازن على أنه يقوم باستيعاب مصلحة الجمهور مقابل المصلحة الذاتية للمؤسسات، وإنما الممارسة الفعلية لهذا الأنموذج تتجسد في مفهوم التوازن في المصالح بين المؤسسة والجماهير، بمعنى، لا يتم استيعاب مصلحة طرف على الآخر بين كلا الطرفين[3]. إذ يري جرونج وزملاءه، إن إدارات العلاقات العامة التي تمارس هذا النهج الاتصالي تخلق فرصاً مواتيه بين المؤسسة والجماهير للانخراط في حوار فعال، مما يتيح لممارسي العلاقات العامة بتقديم الحجج التي من شانها أن ترجح كفة مؤسساتهم التي يمثلونها، في الوقت الذي يتيح فيه هذا الأسلوب الاتصالي الفرصة أمام الجمهور في توضيح وجهة نظره والدفاع عنها، مع أمكانية اعتراف المؤسسات بأخطائها وتعديلها اتجاه تلك الجماهير. وليس ما ذهبت إليه مورفي **Murphy** في أنموذج الدوافع المشتركة

---

[1]. Gower, K. (2006). Public Relations Research at the Crossroads. *Journal of Public Relations Research*, 18, (2), 177-190.

[2]. Grunig, E. (2006). Furnishing the Edifice: Ongoing Research on Public Relations as a Strategic Management Function. *Journal of Public Relations Research*, 18 (2), pp. 151-176.

[3]. Grunig, L. Grunig, J. & Dozier, D. (2002).P, 314. Ibid.

Mixed-Motive Model الذي يختلف تماماً عن هذا التوجه الاتصالي المتوازن، والذي لا يعدو عن كونه أحد النماذج أحادية الاتجاه غير المتوازنة، على حد وصف جرونج ورفاقه[1].

تجدر الإشارة، إلى أن جرونج وآخرون[2]، قد طالبوا بإعادة بناء نماذج العلاقات العامة، على أن يتم التوجه نحو النظر في الإبعاد التي تكمن وراء هذه النماذج. وقد خلصوا في دراستهم إلى أربعة أبعاد وتشمل من حيث الاتجاه أحادي أم ثنائي ومن حيث الغرض متوازن أو غير متوازن ومن حيث الوسيلة المستخدمة كونها شخصية أو عبر وسيط، وأخيراً من الناحية الأخلاقية أم غير أخلاقية في ممارستها مع جماهيرها. وهذه الإبعاد أيضاً أضيفت لها أبعاد أخرى من قبل العديد من الباحثين والممارسين في مجال العلاقات العامة.

ثالثاً: الخلاصة والنتائج

سعت هذه الورقة البحثية إلى دراسة نماذج العلاقات العامة الأربعة التي قدمها جرونج وهنت والتي يمكن وصفها بأنها تقع ضمن إطارين، الأول أحادي الاتجاه: ويشمل أنموذج الوكالة الصحفية أو النشر وأنموذج المعلومات العامة، وعادة ما تكون فيه الرسالة المرسلة من أعلى إلى أسفل دون أن تولي أهمية لردود فعل الجمهور. والثاني ثنائي الاتجاه ويشمل أنموذجي الاتصال في اتجاهين المتوازن وغير المتوازن، وفيه الرسالة تكون ذات اتجاهين بين مرسل الرسالة ومتلقيها. وإن كان ممارسي أنموذج الاتصال في اتجاهين غير المتوازن يسعون إلى التأثير في الجماهير المستهدفة وتغيير اتجاهاتهم دون إن تتغير المؤسسات التي يمثلونها من سياستها، إلا أن ممارسي أنموذج الاتصال في اتجاهين المتوازن ومن خلال الحوار والمفاوضات يهدفون إلى خلق علاقة متوازنة بين المؤسسات وجماهيرها، بما يحقق مصلحة كلا الطرفين. وقد توصل البحث إلى النتائج الآتية:

1. إن نماذج العلاقات العامة الأربعة ومنذ أن اقترحها جرونج وهنت ثمانينيات القرن الماضي، لعبت دوراً مهماً وفاعلاً في تأطير وتطوير مهنة العلاقات العامة وتقديم التفسيرات لها.
2. انقسمت أراء العلماء والباحثين لمهنة العلاقات العامة حول فاعلية هذه النماذج من عدمها، وذلك من خلال:

- أن هناك شبه إجماع بين كل هذه الفئات من أكاديميين وممارسين على أن نماذج العلاقات العامة الأربعة تعد أول إطاراً نظرياً في مجال العلاقات العامة، وقد أسهمت في تطور مهنة العلاقات العامة من ناحية الممارسة والتطبيق، فضلاً عن دورها الجوهري في توفير الأطر النظرية اللازمة لإنجاز البحوث الميدانية.
- فيما استند منتقدي هذا النماذج، خاصة علماء ما بعد الحداثة، إلى تفسيراتهم العلمية والتطبيقية الناتجة عن الممارسة الفعلية لهذه النماذج. حيث يرون أن النماذج الأحادية وكذلك الثنائي غير

[1]. Ibid.
[2]. Ibid

المتوازن تعد أساليب اتصال غير أخلاقية ولا تراعي المسؤولية الاجتماعية عند ممارستها مع جماهيرها المختلفة. فيما يرون أيضاً إن الأنموذج الثنائي المتوازن غير واقعي عند الممارسة الفعلية له.

3. نتيجة للتطورات التي يشهدها الوقت الراهن على جميع الأصعدة لاسيما التكنولوجي منها، لم يعد ممكناً بقبول هذه النماذج كما قدمها منظريها من قرابة أربعة عقود مضت، فمن الأجدى أن يتم ممارسة هذه النماذج في ظل المتغيرات التي تعمل بها وخاصة في الدول العربية التي تتأثر فيها ممارسة العلاقات العامة بالمتغيرات السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، أي بمعنى ما قد يطبق في الدول المتقدمة قد لا يطبق في الدول النامية.

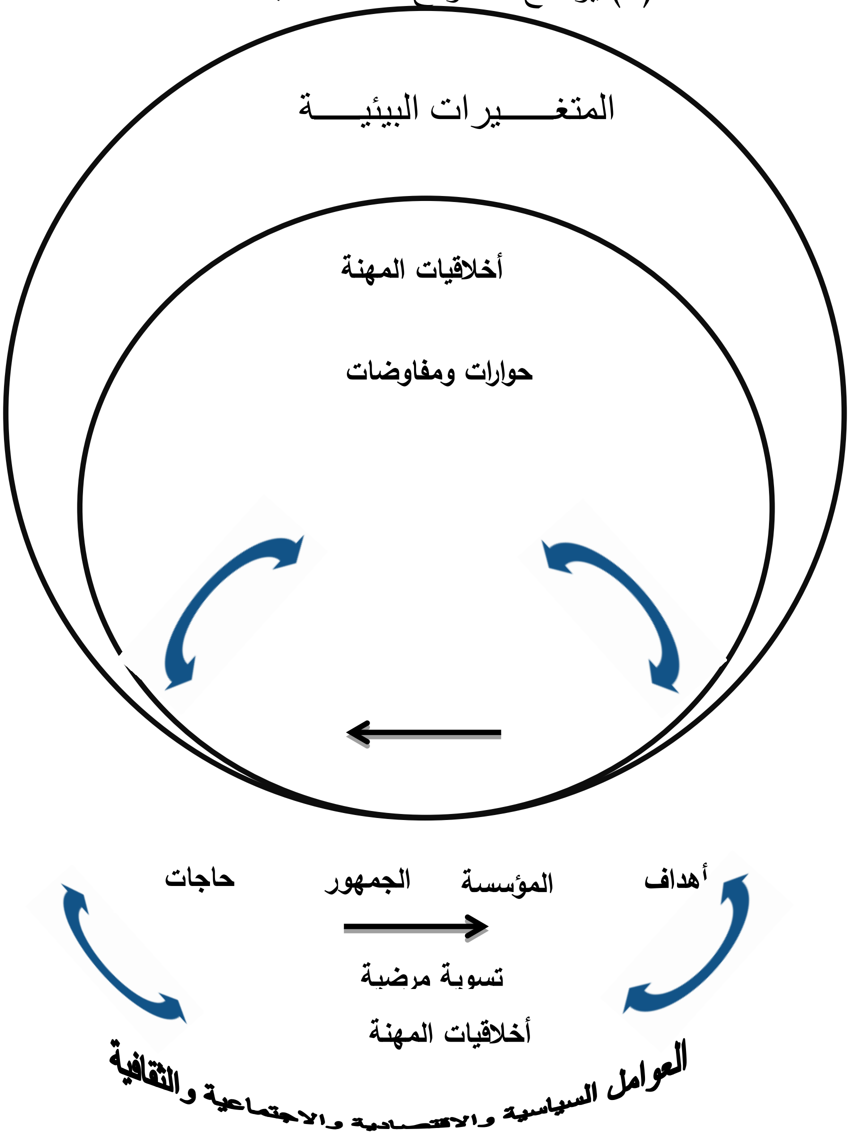
4. ذهب العديد من منظري العلاقات العامة في اتجاه فهم نماذج العلاقات العامة من حيث أبعادها المختلفة سواء كان البعد الاتصالي أو الأخلاقي وغيرها.

رابعاً: التوصيات

يوصي هذا البحث بإجراء مزيد من البحوث والدراسات خاصة في الدول العربية، حول ممارسة نماذج العلاقات العامة في ضوء المتغيرات التي تعمل في ظلها المؤسسات باختلاف أنشطتها، فضلاً عن أبعادها من أجل تقديم المزيد من التفسيرات حول برامج العلاقات العامة وما قد ينتج عنها من أبعاد أخرى في ضوء تلك المتغيرات التي بكل تأكيد ليست هي نفسها بالبلدان المتقدمة.

تظهر هذه المراجعة لنماذج العلاقات العامة وتطبيقاتها الحاجة إلى **أنموذج متعدد الاتجاهات** يجمع بين مزايا نماذج جرونج وهنت الأربعة، ويتجاوز الهنات الواردة بها، وهذا يعد بحد ذاته تحدي فكري للباحثين في مجال العلاقات العامة. الأنموذج المقترح وكما هو موضح بالشكل(3)، يتضمن في مكوناته وأبعاده الراهنة **الجماهير** بما تحمله من قناعات وحاجات ومعتقدات وأراء واتجاهات ووجهات نظر، **والمؤسسة** بأهدافها ورؤيتها التي تسعى إلى تحقيقها، يشمل أيضاً **المتغيرات البيئية** الحاضنة للجماهير والمؤسسة في ضوء الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تعمل في ظلها المؤسسات.

شكل (3) يوضح الأنموذج متعدد الاتجاهات.



الأنموذج متعدد الاتجاهات يقوم على التوازن بين حاجات الجماهير وأهداف المؤسسة من خلال العمل بسياسة الانفتاح والتفاوض والحوار الدائم، والانسياب الحر للمعلومات والالتزام بالشفافية وكل مكونات **أخلاقيات المهنة**، وخاصة عندما تتعرض البيئة المحيطة التي تعمل بها المؤسسة للاضطرابات والأزمات، وذلك من اجل الوصول إلى تسوية مرضية لكلا الطرفين، تظل مكونات هذا الأنموذج المقترح في حاجة إلى أن يكون أكثر انفتاحاً مما يسهم في أغناء وإثراء لمكوناته كلما ظهرت الحاجة إلى ذلك بحيث يؤهله للاستخدام والتطبيق في البيئات المتعددة والمتنوعة وفي الظروف والسياقات الزمنية والفكرية والاجتماعية المتباينة.

قائمة المصادر

أولاً: المصادر العربية

1. الكتب:

- شيبة، شدوان (2009) العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ط 1، درا المعرفة الجامعية: الإسكندرية.

2. الرسائل العلمية:

- دياب، وليد (2010) دور العلاقات العامة في القطاع الدبلوماسي: دراسة تطبيقية على مكاتب السفارات العربية والأجنبية في مصر (أطروحة دكتوراه). جامعة قنا.

ثانياً: المصادر الأجنبية

- Abdelhay, N. (2014). *Public Relations Practice in the Kingdom of Saudi Arabia and the United Arab Emirates: Western Theory, Local Culture*, (PhD Dissertation). University of West London.
- Alanazi, A. (1996). Public Relations in the Middle East: The Case of Saudi Arabia. *International Public Relations: A Comparative Analysis*, pp. 239-256.
- Al-Enad, H. (1990). Public Relations Roles in Developing Countries. *Public Relations Quarterly*,35 (1), pp. 24-26.
- Almutairi, T. (2013). *Police-Community Relationship in Kuwait: Public Relations Perspective,* (PhD Dissertation). University of Stirling.
- Bardhan, N. (2003). Rupturing public relations meta-narratives: the example of India. *Journal of Public Relations Research*,15 (3), pp.225-248.
- Creedon, P. (1993). Acknowledging the Infra System: A Critical Feminist Analysis of
- Systems Theory. Public Relations Review, 19(2), pp.157-166.
- Ferraro, A. (2015). *Exploring An alternative Public Relations Framework for the Public Sector*, (PhD Dissertation). University of Akron.
- Fitzpatrick, K. Fullerton, J.& Kendrick, A. (2013). Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual and Practical Connections.*Public Relations Journal*, 7(4), pp. 1-21.
- Gower, K. (2006). Public Relations Research at the Crossroads. *Journal of Public Relations Research*, 18, (2), 177-190.
- Grunig, E. (1992). Communication, Public Relations, and Effective Organizations: An overview of the Book. In Grunig, E (ed),*Excellence in Public Relations and Communication Management*,pp.1- 30. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, E. (2006). Furnishing the Edifice: Ongoing Research on Public Relations as a Strategic Management Function. *Journal of Public Relations Research*, 18 (2), pp. 151-176.

- Grunig, L. Grunig, J. & Dozier, D. (2002) Models of Public Relations. In. Grunig, L. Grunig, E.& Dozier, D (eds),*Excellent Public relations and Effective Organisations: A Study of Communication Management in Three Countries*. Mahwah: New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, pp.306-38.
- Grunig, E. Grunig, L. Sriramesh, K. Huang, Y.& Lyra, A. (1995). Models of Public Relations in an International Setting. *Journal of Public Relations Research*, 7 (3), pp. 163-186.
- Grunig, E. & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York; London, Holt, Rinehart and Winston.
- Holtzhausen, D.(2000). Postmodern Values in Public Relations. *Journal of Public Relations Research*, 12 (1), pp.93-114.
- Holtzhausen, D. & Petersen, K. (2003). *Exploding the Myth of the Symmetrical / Asymmetrical Dichotomy: Public Relations Models in the New South Africa. Journal of Public Relations Research*, 15(4), pp.305–341.
- Huang, Y. (2000).The Personal Influence Model and Gao Guanxi in Taiwan Chinese
- Public Relations. *Public Relations Review*, 26, pp.216-239.
- Hutton, J. (1999) .The definition, dimensions, and domain of public relations. *Public Relations Review*. 25 (2), pp.199-21
- Karadjov, C. Kim, Y. & Karavasilev, L. (2000). Models of Public Relations in Bulgaria and Job Satisfaction Among Practitioners. *Public Relations Review*,26, pp.209-218.
- Karlberg, M. (1996). Remembering the Public in Public Relations Research: From Theoretical to Operational Symmetry. *Journal of Public Relations Research*, 8, pp.262-278.
- Khakimova, L. (2013). Public Diplomacy at Arab Embassies: Fighting an Uphill Battle. *International Journal of Strategic Communication*, 7(1), pp. 21-42.
- Laskin, A. V. (2009).The evolution of models of public relations: an outsider's perspective. *Journal of Communication Management*, 13 (1), pp.37-54.
- Leichty, G. & Springston, J. (1993) .Reconsidering public relations models. *Public Relations Review*, 19. pp.327-339.
- Leitch, S. & Neilson, D. (2001). Bringing Publics Into Public Relations: New Theoretical Frameworks for Practice. In Heath, R. (ed.),*Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage. pp.127-138.
- L'Etang, J. & Pieczka, M. (1996). *Critical Perspectives in Public Relations*. London: Thomson International Business Press.
- Lindeborg, R. (1994). The IABC Excellence Study: Excellent communication. In *A Pamphlet, Four Reviews of Excellence in Public Relations and Communication Management.* Chicago, IL: Ragan Communications Inc.
- Lyra, A. (1991). *Public relations in Greece: Models, Roles and Gender*. (MSc Dissertation). University of Maryland.
- Mackey, S. (2003). *Changing Vistas in Public Relations Theory. Available at:* http://www.prismjournal.org/fileadmin/Praxis/Files/Journal_Files/issue1/refereed_articles_paper3.pdf (Accessed: 16/03/2016).
- Murphy, P. (1991). The Limits of Symmetry: A Game Theory Approach to Symmetric and Asymmetric Public relations. In Grunig, L.& Grunig, E. (eds),*Public Relations Research Manual 3*, Mahwah, N.J.; London, L. Erlbaum Associates, pp. 115-131.
- Mutsvairo, B. (2016). Dovetailing Desires for Democracy with New ICTs' Potentiality as Platform for Activism. In Mutsvairo, B. (ed) *Digital Activism in the Social Media Era: Critical Reflections on Emerging Trends in sub-Saharan Africa*. London: Palgrave Macmillan. pp. 3-23.

- Saleh, S (2018) The Role of Public Relations and Public Diplomacy in Building Libyan Relationships with Italy in the Gaddafi and Post- Gaddafi Era. (PhD Dissertation). Northumbria University Newcastle.
- Show, N. (2009). Rethinking Public Diplomacy. In Show, N & Taylor, M (eds), Routledge Handbook of Public Diplomacy, pp.3-11. New York, NY: Routledge.
- Signitzer, B. & Coombs,T. (1992). Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Convergences. *Public Relations Review*, 18 (2), pp. 137-147.
- Sriramesh, K. (1992). Societal Cultural and Public Relations: Ethnographic Evidence From India. *Public Relations Review*, 18(2), pp.201–211.
- Sriramesh, K. (1996). Power Distance and Public Relations: An Ethnographic Study of Southern Indian Organizations. In Culbertson, H.& Chen, N. (eds.), *International Public Relations: A Comparative Analysis*, pp. 171-190. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. Inc.
- Sriramesh, K. Kim, Y.& Takasaki, M. (1999). Public Relations in Three Asian Cultures: An Analysis. *Journal of Public Relations Research*, 11(4), pp. 271-292.
- Tam, L. (2015). Strategic public diplomacy: Cultivating Relationships with Foreign Publics and Measuring Relationship Outcomes Using the Relationship Assessment of Diplomatic Interaction Outcome (RADIO) scale, (PhD dissertation). Purdue University.
- Taylor, M. (2000). Toward a Public Relations Approach to Nation Building. *Journal of Public Relations Research*, 12 (2), pp. 179-210.
- Turk, J. V. (1985). Public relations in state government: A Typology of management styles. Journalism Quarterly, 62(2), 304-31
- Vanc, A. & Fitzpatrick, K. (2016). Scope and Status of Public Diplomacy Research by Public Relations Scholars, 1990–2014. *Public Relations Review*,pp. 432–440
- Yun, S.(2005). Toward Theory Building for Comparative Public Diplomacy from the Perspectives of Public Relations and International Relations: A Macro-Comparative Study of Embassies in Washington, DC, (PhD dissertation).University of Maryland.